

UNIVERSIDADE TÉCNICA DE LISBOA
INSTITUTO SUPERIOR DE ECONOMIA E GESTÃO

MESTRADO EM
DESENVOLVIMENTO E COOPERAÇÃO INTERNACIONAL

O TURISMO COMO INSTRUMENTO DA COOPERAÇÃO

José Miguel Bruno da Costa de Moraes Sarmento

Orientação: Licenciado José Sancho de Sousa e Silva
Doutor Adelino Augusto Torres Guimarães

Júri

Presidente: Doutor Adelino Augusto Torres Guimarães (ISEG/UTL)
Vogais: Doutor José Carlos Gaspar Venâncio (UBI)
Doutor Manuel António de Medeiros Ennes Ferreira (ISEG/UTL)
Licenciado José Sancho da Silva Sousa (ESHTE)

Novembro 2008



GLOSSÁRIO DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ADB	Asian Development Bank
ADS	Approval Destinations Status
APD	Ajuda Pública ao Desenvolvimento
ASEAN	Association of Southeast Asian Nations
B2B	Business to Business
B2C	Business to Consumer
BAD	Banco Asiático de Desenvolvimento
BM	Banco Mundial
CAD	Comité de Apoio ao Desenvolvimento
CBI	Country Brand Índice
CBT	Community Based Tourism
CMET	Código Mundial de Ética do Turismo
CNUMAD	Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente
CO2	Dióxido de carbono
CPLP	Comunidade de Países de Língua Portuguesa
CQNUAC	Conferência Quadro das Nações Unidas para as Alterações Climáticas
DINK	Double Income, No Kids
EATA	East Asia Travel Association
EUA	Estados Unidos da América
FDI	Foreigner Direct Investment
GMI	Global Market Insite
GTZ	Agência de cooperação da Alemanha
IDE	Investimento Directo Estrangeiro
IFTO	International Federation of Tour Operators
IIPT	International Institute for Peace through Tourism
IPAD	Instituto Português de Apoio ao Desenvolvimento
IPDT	Instituto de Planeamento e Desenvolvimento de Turismo
IUOTO	International Union of Official Travel Organizations
MNE	Ministério dos Negócios Estrangeiros
NATO	North Atlantic Treaty Organization
NZAID	Agência de cooperação da Nova Zelândia
OCDE	Organização de Cooperação e Desenvolvimento Económico
ODA	Official Development Aid

ODI	Overseas Development Institute
ODM	Objectivos de Desenvolvimento do Milénio
OFO	Outros Fluxos Oficiais
OMC	Organização Mundial do Comércio
OMT	Organização Mundial do Turismo
ONG	Organização Não-Governamental
ONU	Organização das Nações Unidas
OTAN	Organização do Tratado do Atlântico Norte
PALOP	Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa
PATA	Pacific Asia Travel Association
PED	Países em Desenvolvimento
PMA	Países Menos Desenvolvidos
SISTUR	Sistema de Turismo
STEP	Sustainable Tourism Eliminating Poverty
UE	União Europeia
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
UNFCC	United Nations Framework for Climate Changes
UNWTO	United Nations World Tourism Organization
USA	United States of America
VFR	Visiting Friends and Relatives
WB	World Bank
WTTC	World Travel and Tourism Council

RESUMO

A “abordagem horizontal” do turismo dificulta a assumpção do sector como motor do desenvolvimento, apesar de ser cada vez mais reconhecido a sua importância económica, social e cultural. Não obstante, tratar-se de um sector sensível às alterações contextuais, sejam conflitos políticos ou problemas de saúde pública, o certo é que se tem revelado com grande capacidade de recuperação e de resistência. Apesar dos acontecimentos que marcam os dias da globalização, os fluxos turísticos têm crescido, mantendo as projecções da Organização Mundial de Turismo para 2020.

A crise de paradigmas promoveu novas concepções de turismo baseadas numa visão holística do homem e do mundo. Desenvolvimento e ambiente caracterizam as novas ideias. Neste sentido, o turismo tem vindo a relacionar-se com o desenvolvimento sustentável, chegando a adoptar este adjectivo. Mais recentemente, evolui-se para a noção de turismo responsável, cujo conceito considera o turismo como necessidade básica das sociedades. Mais do que um instrumento, o turismo é um órgão de cooperação para o desenvolvimento.

Com a nova ordem política e económica e a globalização das sociedades, a cooperação também necessitou de encontrar nova formulação. Neste sentido, foram definidos os Objectivos de Desenvolvimento do Milénio (ODM) que recentrou a cooperação no combate à pobreza e fez do desenvolvimento sustentado eixos principais do consenso internacional. Para além destes aspectos, a paz e a segurança são vertentes desse consenso.

No presente trabalho, descreve-se a influência que o turismo pode ter na cooperação internacional e, especialmente, nas relações entre os países de língua portuguesa. Elabora-se ainda uma matriz sobre o impacto do turismo nos ODM de forma a mostrar como o sector pode ser charneira no cumprimento destes objectivos.

Palavras-chave: turismo responsável, cooperação internacional, lusofonia, desenvolvimento sustentável, alterações climáticas, ética do turismo

ABSTRACT

The "horizontal approach" to the tourism sector turns difficult the assumption of tourism as a driving force for development, despite the recognition of its economic, social and cultural importance. Even tourism is sensitive sector to context changes, as political conflicts or public health problems, it has been capable to recover and resist. Despite the events that mark now-a-days globalization, the tourism flows have increased, in accordance with the World Tourism Organization 2020 projections.

The paradigms crisis has promoted new conceptions of tourism based on a man and world holistic vision. Development and environment characterise these news ideas. This way, tourism has been related with sustainable development, adopting that adjective. More recently, has progressed for responsible tourism, in which matrix tourism is considered as a society's basic need. More than a tool, tourism is a development organ.

With a new economic and political order and with the society's globalization, cooperation also felt the need to find news formulations. On that way, the Millennium Development Goals re-centred the cooperation into poverty fight and in conjunction with sustainable development made both the key axes of international consensus. Beside those axes, peace and security are also part of that consensus.

On this document, it's described the influence tourism can make on the international cooperation and, as well as among the Portuguese speaking countries. It is also proposed a relational template concerning tourism and the Millennium Development Goals, showing how tourism could be a driving force to target those goals.

Keywords: responsible tourism, international cooperation, lusophonie, climate change, sustainable development, tourism ethics

ÍNDICE GERAL

Glossário de siglas e Abreviaturas	2
Resumo	4
Abstract	5
Índice de Quadros e Ilustrações	8
Índice de Anexos	9
Dedicatória	10
Agradecimentos	11
1. Introdução	12
1.1 Metodologia	14
2. Turismo: da abordagem horizontal à visão sistémica	17
2.1 A abordagem horizontal	17
2.2 Tipificação sistémica do turismo	21
2.3 Visão 2020 da Organização Mundial de Turismo	29
2.4 A percepção dos clientes	33
3. O valor da actividade turística	37
3.1 Impactos do turismo	40
3.2 Efeitos negativos	45
3.3 Fluxos internacionais de 2006	47
4. Os novos paradigmas: do turismo sustentável ao turismo responsável	49
4.1 A Agenda 21 para a Indústria de Viagens e Turismo	51
4.2 OMT: os cinco desafios para o futuro	52
4.3 Uma agenda para a sustentabilidade do turismo	55
4.4 União Europeia: Uma agenda para a sustentabilidade do turismo	58
4.5 Emergência do turismo responsável	60
4.6 Código Mundial de Ética do Turismo	63
4.7 Conferência de Davos	67

4.8 Novos desenvolvimentos	70
5. Cooperação: da crise ao consenso	71
5.1 Objectivos de Desenvolvimento do Milénio (ODM)	73
5.2 O consenso de Monterrey	75
6. Perspectiva do turismo na cooperação	78
6.1 O impacto do turismo nos Objectivos de Desenvolvimento do Milénio (ODM)	84
6.2 Matriz turismo versus Objectivos de Desenvolvimento do Milénio	85
6.3 Turismo e os países de língua portuguesa	90
6.4 A defesa da língua e o turismo	92
7. Conclusão	95
Bibliografia	97

ÍNDICE DE QUADROS E ILUSTRAÇÕES

Quadros

Quadro 1: Classificação e identificação dos efeitos económicos do turismo	36
Quadro 2: Matriz do impacto do turismo nos ODM	79
Quadro 3: Tabela síntese	80
Quadro 4: Posicionamento dos ODM	82

Ilustrações

Ilustração 1 – Sistema de Turismo	28
Ilustração 2 – Relação entre os doze temas e os pilares da sustentabilidade	53



ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Pergunta feita às personalidades da lusofonia	100
Anexo 2: Depoimento de Jorge Costa	101
Anexo 3: Depoimento de Jorge Ferraz	103
Anexo 4: Depoimento de Jorge A. H. Rangel	107
Anexo 5: Depoimento de Licínio Cunha	110
Anexo 6: Depoimento de Mendes Bota	119
Anexo 7: Depoimento de Pedro de Almeida	120
Anexo 8: Depoimento de Vítor Neto	123
Anexo 9: Pergunta feita às personalidades internacionais	125
Anexo 10: Depoimento de Akel Biltaji	126
Anexo 11: Depoimento de Jafar Jafari	128
Anexo 12: Depoimento de Ludwig Rieder	130
Anexo 13: Depoimento de Martin Brackenbury	135
Anexo 14: Depoimento de Nancy Cockerel	137
Anexo 15: Depoimento de Thomas G. Bauer	138
Anexo 16: Depoimento de Tony Wheeler	139
Anexo 17: Depoimento de Xavier Font	140
Anexo 18: Depoimento de Dawid de Villiers	141
Anexo 19: Depoimento de Peter de Jong	144

Ao meus Avós,
pelo privilégio do seu convívio e ensinamentos.

AGRADECIMENTOS

Ao Dr. José Sancho de Sousa e Silva e ao Professor Doutor Adelino Augusto Torres Guimarães por terem aceite a orientação deste trabalho.

Pelos depoimentos, contributos, opiniões, correcções, disponibilidade e apoio:

Ana Isabel Moiteiro, Ana Paula Moreira, Agostinha Borges, Akel Biltaji, António Abrantes, Catarina Caetano, Coreia da Silva, Dawid de Villiers, Florence Ian, Francisco de Moraes Sarmiento, Giuliana Muccianti, Isabel Brilhante Pedrosa, Jafar Jafari, João Gomes Cravinho, Joaquim Moura, Jorge Costa, Jorge Ferraz, Jorge Rangel, Licínio Cunha, Ludwig Rider, Marcelo Rebanda, Martin Brackenbury, Mendes Bota, Nancy Cockerel, Odile Michaud, Pedro de Almeida, Peter de Jong, Ratana Poopitakchatkaew, Sandra Carvão, Steve Noakes, Thomas Bauer, Tony Wheeler, Vítor Neto e Xavier Font.

"Travel is a passage through other people's lives and other people's places."

PATA Traveller's Code

1. INTRODUÇÃO

A Organização Mundial do Turismo (OMT) nos diferentes estudos que tem realizado, com o contributo de outras instituições internacionais, como o Fundo Monetário Internacional e o Banco Mundial, estima que, para 2020, o conjunto das actividades do turismo (sem o transporte aéreo) seja a primeira actividade em geração de receitas a nível mundial, ultrapassando a indústria do sector automóvel, indústria química ou a alimentar. Acresce que o sector do turismo regista crescimentos médios anuais acima dos registados pela economia mundial.

Segundo o World Travel and Tourism Council¹ (WTTC), o turismo, para além de contribuir com 10,4% do PIB mundial, é responsável globalmente por 231 milhões de empregos, com a vantagem de os promover para um alargado leque de pessoas, desde os pouco qualificados a quadros especializados, empregando populações locais e, indiferentemente, homens e mulheres. O sector desenvolve-se, cada vez mais, em zonas não urbanas e contribui para a melhoria geral do bem-estar das populações através da criação e acesso a infra-estruturas básicas, promove o aparecimento de novos negócios, fixa essas populações nas zonas rurais e permitir-lhes que, não abandonando a suas actividades principais, possam obter rendimentos suplementares através das actividades turísticas.

¹ World Travel and Tourism Council (2007), *Executive Summary, Travel & Tourism: Navigating the path ahead*, Londres

Correspondendo ao reconhecimento da importância económica, política, social e cultural do turismo, os fóruns internacionais vêm definindo novas ideias. Desenvolvimento e ambiente são aspectos que se associam cada vez mais à ideia de turismo que adopta uma designação que supõe uma perspectiva de prazo: turismo sustentável. Hoje, podemos afirmar que se trata uma expressão que pode implicar um equívoco: o de que pode haver um turismo não sustentável. Ora, considerando as perspectivas acima referidas, não é possível dar crédito a políticas que não considerem a sustentabilidade do turismo.

Actualmente, o aprofundamento dos novos paradigmas resulta na concepção de turismo responsável, baseado numa visão holística do homem e do mundo. O turismo não é só a expressão da liberdade e da paz, direitos do homem, como também começa a ser considerado uma necessidade básica das sociedades globalizadas.

Neste sentido, pode-se enquadrar turismo e cooperação. Efectivamente, o sector tem importância crescente em países em desenvolvimento, mais longe dos mercados emissores, em locais inexplorados e exóticos ou em pequenos Estados insulares. São também estes países e regiões que, de uma forma geral, mais beneficiam com o cumprimento dos Objectivos de Desenvolvimento do Milénio (ODM).

Sendo o turismo um factor de desenvolvimento, o seu uso pelas políticas de cooperação internacional, quer seja através da cooperação bilateral ou da multilateral, não parece corresponder à sua dinâmica a nível mundial. Veja-se o contraste entre as ajudas e as preocupações internacionais a outros sectores económicos e as que são disponibilizadas para o desenvolvimento do turismo. Poucas são as organizações internacionais ou as agências nacionais de cooperação, que disponibilizam fundos públicos para o desenvolvimento do sector do turismo, preferindo, muitas vezes, o apoio directo a acções comunitárias, permitindo, ou favorecendo, que o sector cresça sem uma política nacional definida e um quadro legal de

suporte (situação semelhante é muito menos provável em sectores como a saúde ou a educação).

Esta dissertação faz uma descrição sobre o uso do turismo como instrumento da cooperação internacional entre Estados. Também será analisado o papel da Organização Mundial do Turismo, actualmente uma agência do sistema das Nações Unidas, como plataforma mundial para o desenvolvimento e cooperação ao nível deste sector.

Sendo os ODM orientadores do consenso internacional em relação à cooperação, concebe-se uma matriz sobre o impacto do turismo no cumprimento destes objectivos, tendo em consideração o momento actual. Ainda abordamos as implicações do turismo na cooperação e o papel que pode desempenhar na defesa da língua portuguesa.

1.1 Metodologia

O enquadramento do turismo tem sido dificultada por uma “abordagem horizontal” que espartilha o sector por aspectos técnicos ou parcelares que acabam por ser desenvolvidos sem a noção de finalidade turística. Esta situação não tem permitido um consenso quanto à definição de turismo enquanto objecto de estudo autónomo de outras ciências e sectores.

A pergunta que nos moveu foi a seguinte: que função poderá desempenhar o turismo nas políticas de cooperação internacional para o desenvolvimento? Esta questão de partida conduziu-nos a uma exploração do tema, recorrendo a entrevistas a especialistas, uma vez que as relações entre turismo e cooperação carecem de bibliografia própria.

As linhas de exploração sugeridas pela pergunta inicial tem por base a constatação que nos é dada por vária bibliografia e pelas entrevistas realizadas, segundo as quais, o turismo

é, no geral, encarado de forma parcelar ou mesmo ignorado, nas políticas nacionais de desenvolvimento e, menos ainda, ao nível da cooperação internacional. Neste sentido, descreve-se o conceito de “abordagem horizontal” e os obstáculos que esta visão levanta à percepção do turismo como objecto de estudo autónomo e sector motor do desenvolvimento humano. Prosseguimos na senda conceptual que tem sido desenvolvida ao nível das instituições internacionais, designadamente a Organização Mundial de Turismo (OMT), a World Travel and Tourism Council (WTTC), entre outras. Outra vertente, são os fóruns internacionais de aprofundamento do desenvolvimento e da cooperação, associadas às questões das alterações climáticas, que tem vindo a prestar cada vez mais atenção ao turismo como factor de qualidade de vida das sociedades globalizadas.

O objectivo geral da nossa dissertação é reflectir sobre o impacto geral do turismo na cooperação para o desenvolvimento a partir de uma concepção holística, não só descrevendo o panorama das mudanças de paradigmas no sentido de harmonizar o homem com o mundo mas também numa perspectiva sistémica que evidencie os contributos do turismo para o cumprimento dos Objectivos Desenvolvimento do Milénio (ODM), que focalizam, nos nossos dias, o consenso internacional ao nível da cooperação.

Outras questões se podem colocar como, por exemplo, a distribuição dos rendimentos do turismo às populações locais, a coordenação entre as políticas de cooperação internacionais e as parcerias público-privadas do domínio do turismo. Não obstante, optámos por atender às relações do turismo e da cooperação e ao seu eventual papel no mundo da lusofonia.

Na senda da mudança de paradigmas, descrevemos os conceitos mais actualizados de turismo sustentável, turismo responsável e o do consenso internacional para o desenvolvimento e as alterações climáticas.

Para além da leitura dos documentos mais decisivos para o tema e de alguma bibliografia e pesquisas na Internet, optámos por fazer duas perguntas a diversas personalidades do mundo lusófono e internacionais.

Ao nível nacional, concebemos duas perguntas: uma de carácter geral; outra relacionada com os Países de Língua Oficial Portuguesa, uma vez que na sua maioria são países (menos avançados) nos quais o turismo poderia desempenhar um papel importante.

O texto foi o seguinte: O turismo é um sector económico com elevada influência no desenvolvimento sustentado das sociedades e é reconhecido por políticos, economistas e especialistas, como um poderoso instrumento de combate à pobreza. Não obstante, a prática mostra que os acordos de cooperação entre Estados no domínio do turismo, consideram somente aspectos técnicos da actividade (formação, qualidade de serviço, etc.), e não apontam para uma visão global do turismo enquanto actor do desenvolvimento sustentado, contrariando a sua importância e dinâmica económica.

1. Gostaríamos de obter o seu comentário a esta situação e, ainda, a referência a possíveis objectivos do turismo (quais e como) enquanto instrumento da Cooperação entre Estados.
2. No quadro das relações da lusofonia, que importância pode o turismo, enquanto instrumento da Cooperação institucional, ter para as relações entre os países e regiões de língua oficial portuguesa e a afirmação da língua portuguesa no mundo?

A nível internacional, recorreremos também a personalidades que são ou foram responsáveis por diversos organismos com importância para o desenvolvimento do sector.

Neste caso, a partir do mesmo enquadramento, solicitámos um comentário ao actual enquadramento do turismo ao nível da cooperação e formulámos uma pergunta neste termos: que importância pode ter o turismo, enquanto instrumento político da cooperação entre Estados, na promoção do desenvolvimento sustentado dos povos?

Os comentários e as respostas obtidas actualizaram a bibliografia consultada e os conceitos emergentes, particularmente no domínio do turismo e desenvolvimento, e solidificam a sua importância para as políticas de cooperação internacional.

Esta percurso permitiu-nos sistematizar uma matriz tridimensional que relaciona o impacto do turismo no cumprimento dos Objectivos de Desenvolvimento do Milénio e evidenciar o consenso da utilização do turismo para a afirmação da língua portuguesa no mundo.

2. Turismo: da abordagem horizontal à visão sistémica

2.1 A abordagem horizontal

A situação descrita por Licínio Cunha na obra "Economia e Política do Turismo"², referência para os estudiosos do sector, é o ponto sólido de partida para a presente tese. Efectivamente, aspectos existem que se adequam e aplicam ao nosso tema, o turismo como instrumento da cooperação.

Sublinhando a falta de reconhecimento e atenção que, do ponto de vista institucional é dada ao sector, Licínio Cunha, lembra-nos a incoerência, recorrendo a uma pergunta do secretário-geral da Organização Mundial de Turismo, Francesco Frangialli: "que outra actividade, em vias de se tornar a indústria mais importante do mundo, é tomada menos

² Cunha, Licínio (2006), *Economia e Política do Turismo*, Editorial Verbo, Lisboa

a sério a nível político e privado, nacional e internacionalmente, como é o turismo?” (Cunha, 2006:9)

A indiferença dos agentes e actores sociais, e no aspecto que mais nos importa agora, em relação ao adequado enquadramento do turismo nas políticas de cooperação entre Estados, tem expressão na quase ausência de objectivos específicos e mais próprios do sector. Efectivamente, o que Licínio Cunha designa por uma “abordagem horizontal” do sector amplamente explorada no referido livro dita, igualmente, as estratégias, as políticas e os programas de acção ao nível da cooperação, marcando a ausência de uma visão integradora e sustentável.

Para Jorge Ferraz, o carácter difuso do fenómeno do turismo é “um entrave à questão da cooperação/competição/ajuda/domínio (depende das teorias) entre Estados para além do que é habitual em qualquer outra actividade económica: apoio técnico-pericial de um Estado a outro com limites à transferência de tecnologia e know-how que ponham em causa a posição relativa nas trocas económicas; investimento directo ou através de joint-ventures; ou, através da acção e envolvimento das organizações intergovernamentais desde a OMT até à ONU, Banco Mundial e Organização Mundial do Comércio” (Ferraz, Anexo 3).

Refere Licínio Cunha: “A importância atribuída ao turismo, em muitos casos, é mera consequência da abordagem horizontal que parte do princípio que, dadas as inter-relações e interdependências que estabelece com uma vasta gama de sectores da actividade, e em relação a eles que se justificam acções concretas para garantir o desenvolvimento do turismo” (Cunha, 2006: 10). A noção generalizada segundo a qual desenvolver factores sociais, económicos, culturais e ambientais, basta para garantir por si a promoção de um turismo sustentável que possa ser motor da luta contra a pobreza e um factor de qualidade de vida dos povos é algo que parece não corresponder à importância socio-económica do turismo como sector autónomo. De novo damos a palavra a Licínio Cunha: “Segundo esta abordagem, o

sucesso do turismo garante-se através da atribuição de uma dimensão turística aos transportes, ao desenvolvimento regional, às infra-estruturas, ao ambiente ou à cultura” (Cunha, 2006:10).

Neste sentido, Jorge Ferraz sublinha que “O turismo é apresentado desde o seu o início como preenchendo várias funções ou tendo várias causas e efeitos que vão muito para além da dimensão económica” (Ferraz, Anexo 3). No entanto, por razões históricas que se prendem com a natureza e evolução do fenómeno, com a natureza “invisível” e aparentemente fragmentada e desestruturada da indústria e com o aparente teor casuístico das suas decisões, pelo discurso “mitificador” (de ressonâncias libertárias e associadas à pura livre escolha e a um lazer desligado da organização societal) que todos os actores têm sobre o turismo (desde o político, ao empresário, até ao publicista e ao turista e viajante), e ideológicas (no sentido cultural, político e psicológico do fenómeno) com pouca frequência o turismo tem ultrapassado o economicismo estreito, nem sequer chegando a ser analisado na perspectiva da ciência económica a uma luz mais lata e real, como sejam os estudos da economia política” (Ferraz, Anexo 3).

E mais adiante, acrescenta: “Quando tal estreiteza não acontece, o discurso sobre o turismo entra no campo do marketing e da efabulação literária, esquecendo-se que ele, como fenómeno do tempo sócio-histórico, faz parte dos fenómenos sociais que caracterizam globalmente as sociedades, seja como causa, seja como efeito” (Ferraz, Anexo 3).

A “abordagem horizontal” define-se não por uma visão estratégica do turismo como instrumento da cooperação, mas sim por acordos parcelares que, na maioria das vezes, nem tem por finalidade o turismo, afinal um dos sectores mais pujantes não só ao nível económico, mas também no domínios sociais, culturais e ambientais. Lembra Licínio Cunha que esta forma de encarar o sector “origina a sua subalternização e aumentam a dificuldade em consagrar uma perspectiva do turismo como actividade com identidade própria que não se limita à produção de bens e serviços mas, antes, a dar resposta às necessidades do homem na

sua total integridade” (Cunha, 2006:10). A mesma perplexidade é anotada por Cavaco Silva, actual Presidente da República que no prefácio salienta que “o turismo surge ainda como actividade subalterna, mal conhecida e mal interpretada e objecto de pouca atenção política” (Cunha, 2006:7).

Akel Biltaji acrescenta que “os acordos em turismo tendem a focar-se em aspectos técnicos (formação e qualidade) e não no que designa por “Visão Global do Turismo”, enquanto participante activo do desenvolvimento sustentável e importante factor de crescimento económico” (Biltaji, Anexo 10).

Também Jafar Jafari considera que os acordos entre países no domínio do turismo “raramente encaram as actividades turísticas como resposta adequada às questões sócio-culturais dos destinos turísticos” (Jafari, Anexo 11). Diz este especialista: “Enquanto o turismo for entendido e tratado exclusivamente como actividade económica e indústria, a total dimensão e extensão do turismo não será entendida, nem aplicada.” (Jafari, Anexo 11). Também Jong sublinha que o turismo necessita de peso político e governamental, de liderança, de orçamento e de visão de longo prazo, elementos ausentes na maioria dos países (Jong, Anexo 19).

As estratégias nacionais caracterizam-se, muitas vezes, por incluir o turismo numa perspectiva “nice-to-have” , em vez de o assumir como “need-to-have”³.

A este propósito, e tomando o turismo como referência, aduzimos os conceitos de “eficiência” e “eficácia”. Desta perspectiva, a “abordagem horizontal” surge como que sendo a perspectiva da eficiência em detrimento da eficácia. Ou seja, uma visão interna que dificilmente atende ao cliente. Efectivamente, enquanto turista, o cliente percepção a totalidade do serviço prestado não só em termos de necessidades, mas também de expectativas e desejos.

³ *Blueprint for new tourism* (2003), WTTC

Jafar Jafari salienta que, em geral, a sustentabilidade do turismo não é estudada ou entendida numa perspectiva holística e acusa os governos de terem uma visão da sustentabilidade limitada às questões económicas (Jafari, Anexo 11).

2.2 Tipificação sistémica do turismo

Para a economia do nosso trabalho, não inventariámos a evolução do conceito de turismo ao longo do tempo. Apenas anotaremos a ausência de consenso absoluto quanto à sua definição. Desta realidade dá-nos notícia Júlio Alberto Silva Coelho⁴: “Verificamos uma grande ambiguidade, falta de consenso, diversidade e diferenciação de conceitos e até alguma falta de uniformização quanto à origem do turismo. Uns apontam para conceitos numa óptica da procura e outros numa óptica da oferta. Contudo, parece evidente que a grande maioria dos autores apontam para a ideia de algo complexo e inter-relacional.” (Coelho, 2007:15).

A este propósito transcrevemos o que nos diz Jorge Ferraz: “existem já bastos estudos e iniciativas que apresentam o turismo numa perspectiva global e contextualizada. Muitos estudos da economia política, da sociologia, da psicologia social, da geografia e mesmo da ciência política têm surgido nos últimos 10-20 anos. Em particular tudo o que se coloca a discutir o fenómeno (pró e contra) a partir das teorias da dependência, do desenvolvimento, do sistema-mundo e, mais recentemente, da globalização.

Mas, indo ao início e a título de exemplo, há, por muito aspectos datáveis que possam ter, obras mais antigas que dão uma perspectiva global e holística⁵ sobre o turismo e pensam a dimensão internacional do fenómeno numa abordagem contextualizada à realidade

⁴ Júlio Alberto Silva Coelho é professor Escola Superior de Tecnologia do Mar do Instituto Politécnico de Leiria. O trecho é citado de uma comunicação apresentada na IX Reunião de Economia Mundial, realizada em Abril de 2007, sob o título “Um Índice de Desenvolvimento Turístico Baseado no Ciclo de Vida de Um destino Turístico: uma abordagem teórica”

⁵ Mais adiante falaremos sobre o holísmo

política, económica e cultural do mundo. Penso, por exemplo em "Le Tourisme" de Marc Boyer de 1972 e nas abordagens sistémicas de Hunzinker e Krapf que remontam aos anos 40-50 do século passado. Ou, em particular, sobre o turismo internacional e a relação entre sociedades, organizações e países, veja-se Marie-Françoise Lanfant ou Georges Cazes com obras já com esse título escritas há cerca de 20 anos." (Ferraz, Anexo 3).

Outra razão importante para a nossa opção é o próprio tema do trabalho que trata sobretudo de relações institucionais e, por conseguinte, importa sobretudo atender às ideias, conceitos e noções que norteiam a acção das instituições no domínio do turismo.

Deste modo, o ponto de partida é a definição de turismo aceite pela Organização Mundial do Turismo (OMT)⁶, agência das Nações Unidas. Segundo as Recomendações da OMT sobre Estatísticas de Turismo, o turismo define-se como "as actividades que as pessoas realizam durante suas viagens e permanência em lugares distintos dos que vivem, por um período de tempo inferior a um ano consecutivo, com fins de lazer, negócios e outros."⁷

Não obstante, Coelho observa que este conceito encara "o turismo como um conjunto de actividades, mas numa óptica da procura. Perante isto somos a sugerir que numa óptica da oferta, também se deva considerar o turismo como um conjunto de actividades das dimensões económica, sócio-cultural, ambiental e política relacionadas entre si e cujo resultado consiste numa percepção, ou não, de qualidade de vida para os seus utilizadores (turistas)." (Coelho, 2007:15).

⁶ A Organização Mundial de Turismo (OMT) é uma agência especializada das Nações Unidas e a principal organização internacional no campo do turismo. Funciona como um fórum global para questões de políticas turísticas e como fonte de conhecimento prático sobre o turismo. A sede é em Madrid (Espanha). A OMT conta como membros 145 países, 7 territórios e mais de 300 membros afiliados, representando o sector privado, instituições educacionais, associações e autoridades locais de turismo. A sua origem remonta ao Congresso Internacional de Associações Oficiais de Tráfego Turístico, realizado em 1925 na cidade de Haia, Holanda. Após a Segunda Guerra Mundial, adoptou nova designação: União Internacional de Organizações Oficiais de Viagens (IUOTO), tendo sido transferida para Genebra. A IUOTO era uma organização não-governamental que chegou a reunir 109 Organizações Nacionais de Turismo e 88 membros associados dos sectores público e privado. Em 1974, seguindo uma resolução da Assembleia-Geral das Nações Unidas, foi transformada em órgão intergovernamental. Em 2003, tornou-se uma agência especializada das Nações Unidas. Os oito países da Comunidade de Países de Língua Portuguesa (CPLP) são membros efectivos daquela organização.

⁷ Ver em <http://www.world-tourism.org/facts/eng/methodological.htm#2>

Do ponto de vista de mercado, o turismo apresenta algumas particularidades. Antes de mais importa clarificar os conceitos de importação e exportação na economia do turismo. Do ponto de vista tradicional, importar é “trazer para dentro de um país coisas provenientes de países estrangeiros”⁸ ou seja, “é o processo comercial e fiscal que consiste em trazer um produto ou serviço do exterior para o país de referência”⁹. Segundo o mesmo ponto de vista, exportar é “mandar ou vender para fora do país (produtos nacionais)”¹⁰, ou seja, “é a saída de produtos ou execução de serviços para ou em outro país”¹¹.

Não obstante, em turismo, as actividades turísticas destinam-se a ser consumidas localmente, que em termos de exportação, implica um movimento contrário aos produtos industriais. A oferta de um país de referência que atrai de turistas equivale do ponto de vista económico uma entrada de receitas, o que equivale a uma exportação; enquanto a importação será a deslocação de nacionais do país de referência para outros locais.

A “exportação” em turismo define-se pela capacidade de um país atrair turistas para o seu território. Turista é, segundo a OMT, um visitante que se desloca voluntariamente por período de tempo igual ou superior a vinte e quatro horas para local diferente da sua residência e do seu trabalho sem ter por motivação a obtenção de lucro. “Do ponto de vista da oferta o turismo pode ser encarado como todo o vasto conjunto de lugares, organizações, empresas, profissões e relações que se combinem para satisfazer as necessidades decorrentes das viagens temporárias” (Cunha, 2006:22). A importação em turismo, que implica a mudança de nacionais para fora do território, é “a deslocação temporária de pessoas para lugares situados fora do seu ambiente habitual, com objectivos diferentes de obter uma remuneração, e de todas as actividades que aí desenvolvem e experiências que obtêm” (Cunha, 2006:21). O

⁸ Esta definição consta no Dicionário de Língua Portuguesa On-line da Priberam. Podem ser consultadas em <http://www.priberam.pt/dlpo/dlpo.aspx>

⁹ <http://pt.wikipedia.org/wiki/Exporta%C3%A7%C3%A3o>

¹⁰ Esta definição consta no Dicionário de Língua Portuguesa On-line da Priberam. Podem ser consultadas em <http://www.priberam.pt/dlpo/dlpo.aspx>

¹¹ <http://pt.wikipedia.org/wiki/Importa%C3%A7%C3%A3o>

turismo implica sempre uma “transferência espacial do poder de compra originada pela deslocação das pessoas” (Cunha, 2006:21), cuja exportação e importação são de sentido inverso aos de outros sectores, dado o consumo local. Não obstante, refira-se que com a introdução das tecnologias, nomeadamente a Internet, um comportamento semelhante se assiste no consumo de serviços.

Em resumo, o cruzamento entre a oferta e a procura que define o mercado como categoria económica engloba aspectos como: “deslocação de pessoas para fora do seu ambiente natural; permanência temporária por períodos mais ou menos curtos, mas nunca superiores a um ano; motivo da deslocação diferente da obtenção de remuneração; ausência de relações duradouras com os locais visitados; lugares (destinos) caracterizados pela existência de elementos tangíveis (mar, neve, monumentos) ou intangíveis (paisagens, atmosfera do lugar, modos de vida) que atraem as pessoas; nascimento de actividades diferentes das que são exigidas pelos residentes; efeitos económicos, sociais e culturais novos” (Cunha, 2006: 23).

A este propósito, convém referir a importância do turismo doméstico para a dinamização dos fluxos internacionais. Cunha sublinha que quando a “procura interna é inexistente ou não dispõe de capacidade para influenciar as condições da oferta, não se criam as bases que garantem o desenvolvimento equilibrado do turismo internacional. Pelo contrário quando existe uma procura turística importante criam-se as condições internas que permitem a satisfação da procura externa” (Cunha, 2006:308).

Se virtualmente todos os lugares podem ser turísticos, a verdade é que sem turistas não existem como destinos. A inversa também é verdadeira: não basta haver turistas para que haja turismo. A captação de turistas depende das comunidades que têm de desenvolver condições para os receber e fixar. O conceito de turismo deve cruzar a oferta e da procura, escreve Coelho, “onde as condições de receptividade e fixação estão suportadas na

qualidade de vida, e as condições de atracção na percepção dessa qualidade de vida.” (Coelho, 2007:15).

A fragmentação da visão sistémica do turismo acaba por ser incompreensiva do fenómeno do turismo e acaba por gerar uma crise de paradigma. As ideias deduzidas do sistema cartesiano segundo o qual a natureza está à disposição do homem para ser totalmente explorada revelaram-se origem de infelicidade e mal-estar. Escreve Descartes no “Discurso do Método”¹²: “... conhecendo a força e as acções do fogo, da água, do ar, dos astros, dos céus e de todos os outros corpos que nos rodeiam tão distintamente como conhecemos as diversas profissões dos nossos artesões – poderíamos da mesma maneira utilizá-los para todos os usos que lhe são próprios e, assim, tornarmo-nos senhores e possuidores da natureza.” (Descartes, s/data).

O homem como “senhor e possuidor” que supõe que a natureza esteja totalmente ao serviço do homem, na teoria e na prática, associado a outros aspectos como o desvirtuamento dos valores humanísticos, a abordagem competitiva na exploração da natureza, o entendimento da natureza como objecto, a confusão entre a riqueza material e felicidade, a tecnologia ao serviço da destruição em massa e a divisão social, económica e ambiental. Esta visão traduziu-se na perda de qualidade de vida e em cisão do mundo (do ponto de vista político, social, económico, religioso, etc.).

Com as alterações geopolíticas internacionais, a introdução das novas tecnologias em vários domínios da vida, a consciência ambiental e a emergência de outros paradigmas de vida, a visão holística tem visto a substituir as dicotomias tradicionais e a proceder à revisão do posicionamento do homem em relação ao ambiente e à natureza.

A visão holística acaba com o sentido imediatista e tecnicista e busca o entendimento mais integrador e integrante dos diversos aspectos que compõem esta

¹² Descartes, René (s/data), *Discurso do Método*, Publicações Europa-América, 3ª edição, Lisboa

actividade. A atenção aos factores ambientais, às mudanças climáticas e aos processos naturais, ao tempo livre, ao ócio e ao lazer como factores de qualidade de vida, aliados à globalização do mundo, alterou as perspectivas do turismo para um carácter mais orgânico.

O turismo é, agora, encarado como uma natureza complexa com foco geográfico e vive na interacção entre a natureza e a sociedade. Como ciência engloba pelo menos três aspectos: o emissor, o receptor e a deslocação.

Do ponto de vista do primeiro factor, considera-se a formação da procura caracterizada pela necessidade de existência de capital (futuras receitas do destino turístico) como instrumento de liberdade individual, a compra de tempo, a criação da "indústria" do lazer e do turismo, a necessidade de viajar ou se deslocar para fora do ambiente habitual. Considerando o segundo termo, o receptor, temos a geografia e a transformação dos locais em destinos turísticos, nos quais se dá a simultaneidade da produção e consumo e interagem a economia, a sociedade e a natureza. No domínio da "oferta" podem-se integrar todos os factores que são percebidos como eficácia a qualidade da actividade turística.

A deslocação é um aspecto crítico, porque se é necessário à própria compreensão do fenómeno turístico, é também um dos aspectos que mais contribui para a degradação do ambiente e as alterações climáticas. As formas, os processos e os meios utilizados para a deslocação apresentam-se não só como as estruturas físicas e visíveis que suportam o deslocamento de pessoas, mas também os invisíveis que são os fluxos de capitais. Estes aspectos são profundamente holísticos devido à sua globalização: os capitais não respeitam territórios e as deslocações são cada vez mais fáceis devido ao esbatimento das fronteiras. A desarticulação regional e local suposta na deslocação são aspectos a considerar no foco geográfico do turismo ou, se quisermos, na gestão do destino turístico.

A caracterização que vimos fazendo aponta para uma visão holística do turismo. Holísmo, conceito usado para significar totalidade, é uma visão sistémica e integradora dos fenómenos que acontecem de modo simultâneo e interdependente. Embora os fenómenos se organizem como uma totalidade, esse todo não é somente a soma das partes, nem as partes se dissolvem e diluem nesse todo. Dito de outro modo: os termos são correlativos, mas existem de forma autónoma um dos outros. A palavra holística possui o prefixo grego *holo* que possui o significado de inteiro, completo, total, integral.

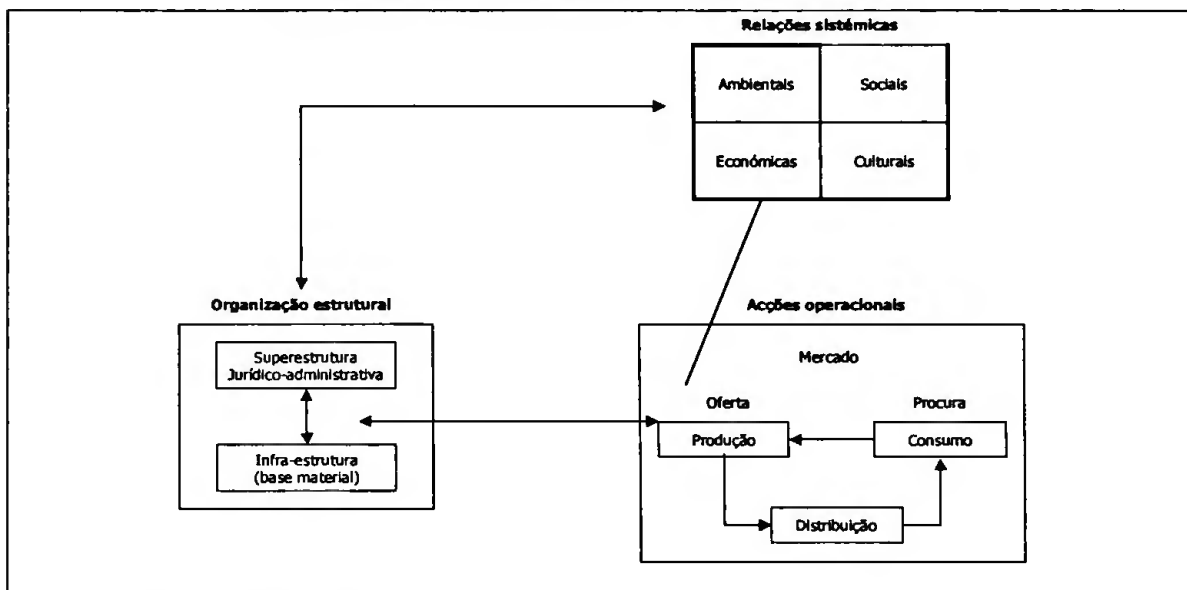
O turismo, mais do que um instrumento, surge-nos como organismo, órgão se quisermos. Efectivamente, encarado deste modo, intuímos não só o carácter sistémico do sector, como o indicamos como a finalidade de outros aspectos mais técnicos ou parcelares. O turismo apresenta-se como princípio e fim, segundo o movimento das suas várias determinantes, sociais, económicas, ambientais e culturais. Se o reduzirmos a um instrumento, significa que o turismo não tem realidade própria, sendo algo que necessita de uma força agente para realizar e que o seu valor depende da finalidade que lhe seja dada. Como órgão associamos, deste logo, o dinamismo e o movimento que os seres vivos encerram em si próprios. Segundo dicionário de língua portuguesa, o órgão é “uma das partes de um organismo ou de um maquinismo, que exerce uma função própria”¹³. Essa “função própria” permite afirmar que o turismo ou se desenvolve de uma forma sustentável e responsável ou não existe a prazo. O turismo é uma noção, ou seja, um conhecimento irreduzível e elementar, no sentido em que, não obstante necessitar da concordância de vários aspectos, surge como realidade própria.

Neste aspecto, a “função própria” do turismo será o desenvolvimento humano, tanto ao nível individual como colectivo, e uma forma de o harmonizar globalmente, através da cooperação entre Estados, assegurada na visão holística do homem e do mundo.

¹³ Ver em http://www.priberam.pt/dlpo/definir_resultados.aspx

A visão holística do turismo teve um forte impulso com o trabalho do brasileiro Mário Carlos Beni que concebeu o Sistema de Turismo (Sistur) constituído por três grandes áreas (relações sistémicas/ambientais, acções operacionais e organização estrutural) que se relacionam conforme se mostra na ilustração 1.

Ilustração 1 — Sistema de Turismo (Sistur)



Fonte: Beni, 2004, 10ª Edição

O conjunto "organização estrutural" engloba a super-estrutura jurídico-administrativa, também utilizada por outros os sectores da economia, e a infra-estrutura que atende exclusivamente as necessidades do sector turístico. As "acções operacionais" envolvem os processos e as organizações que compõem o Sistema de Turismo (Sistur). Nesse ambiente, inserem-se os subsistemas de mercado, oferta, produção, distribuição, procura e consumo. Finalmente, existe o grupo das "relações sistémicas", que são as consequências ecológicas, sociais, culturais e económicas do turismo. É o equilíbrio entre estes grandes grupos que possibilita um turismo mais humano, atendendo às necessidades das comunidades receptoras, dos turistas e dos empresários.

Com este esquema Mário Beni pretende “reduzir a complexidade do facto e do fenómeno do Turismo a um modelo referencial inédito, que utiliza a noção de sistema para retratar toda a riqueza e dinâmica das variáveis envolvidas, permitindo obter uma conformação e também uma confirmação ordenadas de como se processam os movimentos e as inter-relações das funções turísticas com os componentes do Sistema de Turismo (Sistur), propiciando aos pesquisadores a construção de modelos quantitativos”¹⁴.

2.3 Visão 2020 da Organização Mundial de Turismo

Segundo a Visão 2020¹⁵ da Organização Mundial de Turismo, as determinantes do turismo serão as seguintes: economia, tecnologia, fronteiras, segurança, demografia, globalização, localização, desenvolvimento social, qualidade de vida, experiência económica e marketing.

A recuperação económica dos países industrializados aumenta os rendimentos pessoais e gera mais tempos livres, aspectos fundamentais para o turismo. Os factores económicos são necessários para que se gerem fluxos turísticos.

As tecnologias de informação são outro aspecto que influenciam o desenvolvimento do sector porque altera as formas de relacionamento com os clientes e adapta ou cria novos processos de negócio. Por outro lado, globaliza os destinos turísticos como canal de informação ao mercado, integrando-os no mercado mundial. A tecnologia tem ainda outro impacto: o seu desenvolvimento na concepção de soluções capazes de reduzir as emissões de CO₂ (dióxido de carbono) provocadas pelo sector.

¹⁴ Ver em <http://recantodasletras.uol.com.br/artigos/16646>

¹⁵ *Tourism 2020 Vision*, Organização Mundial de Turismo, Madrid, 2001

A remoção de barreiras internacionais às deslocações turísticas e a liberalização dos transportes são importantes factores de progresso do turismo. Também a segurança é um aspecto crítico. Segundo a visão da OMT, conflitos, desastres ou incidentes de carácter natural ou humano podem determinar a diminuição ou o crescimento das actividades turísticas. Segundo o documento a que nos referimos, a experiência demonstra que, no geral, o turismo demonstra elevada capacidade para resistir a conflitos sociais e aos desastres provocados pela natureza, sendo assinalável a sua capacidade de recuperação.

Em relação à demografia, denota-se a diminuição das pessoas activas e de população jovem. Em resultado desta situação, vai assistir-se a migrações das populações de sul para norte, o que vai incrementar o turismo em sentido contrário, tendo como motivação visitar a família e os amigos (o chamado "Visiting Friends and Relatives" (VFR)). Outra nova faceta, tem a ver com o ciclo de vida das pessoas, dado existirem mais divórcios, os casamentos realizem-se mais tarde, assim como a constituição de família, o que implica uma diversificação de propostas e destinos turísticos, nomeadamente para um novo segmento, o designado DINKS (Double Income, No Kids).

A globalização é um dos aspectos que mais tem a ver com a cooperação entre Estados. Efectivamente, o crescente impacto local da economia e dos mercados mundiais torna cada vez mais impossível o isolamento das sociedades, o que implica o declínio do controlo das economias nacionais e dos mercados domésticos. No turismo, o impacto da globalização verifica-se não só com a universalização da oferta de destinos turísticos através da Internet, por exemplo, como através do incremento da livre deslocação. As tecnologias também contribuem para a globalização ou universalidade da oferta no mercado. A integração na economia mundial é um factor de desenvolvimento dos países que não podendo controlar os efeitos, optam por relações de parceria, coordenação e cooperação.

Sob o tópico localização, a OMT considera que o equilíbrio entre identidade e modernidade deve ser considerado na gestão dos destinos turísticos, particularmente os dos países em desenvolvimento. A etnicidade, a religião e a estrutura social são aspectos que podem ser procurados e reconhecidos. A diferenciação do local como vantagem competitiva é uma tendência simultânea à globalização, promovendo a sua identidade cultural, ambiental e étnica de forma a distinguirem-se no mercado global. O turismo vai ter esta dupla polarização (global e local) nas suas estruturas e sistemas. Esta tendência integra-se numa perspectiva de interdependência e colectiva de forma a evitar conflitos sociais.

Não podemos esquecer que, como lembra Vítor Neto, no seu depoimento, "as motivações de quem se desloca em turismo, de quem viaja, não se limita apenas a ir «consumir» um produto directamente no «local de produção». Para o consumidor/turista existem razões mais profundas, como o interesse em conhecer outros povos, culturas e experiências, o que cria uma inevitável interacção entre visitantes e autóctones, que acaba por gerar uma relação e uma afectividade recíprocas. Encontra-se aqui a raiz das razões pelas quais o turismo pode contribuir para aproximar povos e influenciar governos que estão interessados em aumentar as trocas económicas, o intercâmbio turístico e os investimentos." (Neto, Anexo 8).

Por conseguinte, "o turismo pode assim tornar-se, na prática, um instrumento de intercâmbio cultural e humano e de relação entre os povos, de relação económica mutuamente favorável e de Cooperação entre Estados." (Neto, Anexo 8).

O desenvolvimento social e o apoio público às estruturas sociais têm aumentado nos últimos anos. Após a Conferência do Rio, na qual se definiu a chamada Agenda 21¹⁶, a consciência ambiental a nível mundial tornou-se mais evidente. A poluição, o aquecimento

¹⁶ Referimo-nos a chamada "Agenda 21" que foi um dos principais resultados da Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (Eco-92), realizada no Rio de Janeiro, Brasil, em 1992

global do planeta, entre outros aspectos, entraram nas agendas políticas dos governos. Neste sentido, surgiram também os Objectivos de Desenvolvimento do Milénio (ODM's)¹⁷, para incrementar a luta contra a pobreza e a fome e aumentar, em termos globais, a qualidade de vida das populações. O desenvolvimento sustentável passa a ser considerado uma exigência de competitividade dos destinos turísticos. A criação e a distribuição de riqueza que o turismo proporciona no destino, especialmente em países em desenvolvimento, é um factor de atracção para as populações locais. Os requisitos dos turistas provenientes de países industrializados são determinantes para as políticas de desenvolvimento sustentável.

A qualidade de vida é outro factor de promoção do turismo. Nos países industrializados e nos países em desenvolvimento, "fugir" à urbanidade é uma das motivações dos turistas que, cada vez mais, procuram alterar rotinas e os ritmos urbanos. Também as alterações nos hábitos de trabalho com períodos curtos de férias e menor distinção entre período de trabalho e tempo de lazer (short-breaks ou city-breaks) são outras características previstas pela OMT.

As alterações da economia no sentido de oferecer experiências únicas, pessoais e memoráveis, é o novo tópico do turismo que, deste modo, tende a ultrapassar o paradigma económico do serviço e diferenciar a sua oferta no mercado como "experiência". Os destinos turísticos tendem a ser considerados "assessórios de moda" em que não são necessariamente os lugares de "cinco estrelas" os que obtêm maior sucesso, mas os que se conseguirem posicionar nos quadros mentais dos clientes com um certo "cachet". O novo conceito apela para a importância do marketing e foca-se na imagem que é percebida pelo mercado. Segundo a OMT, os produtos turísticos vão ser orientados segundo o 3 E's: Entretenimento, Experiência e Educação.

¹⁷ Abordaremos mais adiante os ODM's

Esta perspectiva implica a permanente monitorização das percepções do mercado para que se possam maximizar as potencialidades dos destinos turísticos para aumentar e manter o seu ciclo de vida.

Finalmente, o marketing mostra-se essencial para o posicionamento dos destinos turísticos no mercado global. O uso das tecnologias de informação, nomeadamente da Internet, garante uma melhor identificação dos segmentos e nichos de mercado, o estabelecimento de redes formais e informais de conhecimento e de relacionamento com o mercado.

2.4 A percepção dos clientes

Marketing significa, numa tradução livre e simples, mercado em acção. Para o nosso trabalho importa saber que percepção que os turistas têm dos países enquanto marcas. Este aspecto também se relaciona com a cooperação internacional, dado que os Estados transmitem “indicações” e confiança aos mercados através das ajudas públicas que fazem. Para compreender aquele aspecto, recorreremos ao Country Brand Index (CBI)¹⁸ (Índice de Marcas dos Países), que, desde Maio de 2005, a cada três meses, pesquisa as percepções dos consumidores sobre aspectos culturais, sociais, comerciais e políticos.

Segundo Anholt¹⁹, no mundo actual, globalizado e competitivo, é essencial que os países, tanto ricos como pobres, saibam como são vistos pelos outros. E observa ainda que as

¹⁸ *Country Brand Index 2006, Insights, Findings and Country Rankings*, (s.d.) FutureBrand. O Country Brand Index (Índice de Marcas das Nações) é realizado pela Global Market Insights (GMI), empresa de pesquisas mundiais de mercado que analisa a imagem das nações, a partir de uma consulta feita a consumidores de 25 países.

¹⁹ Simon Anholt desenvolveu o conceito de Índice de Marcas das Nações em 2005. O primeiro índice foi publicado em Maio do mesmo ano. Simon é reconhecido como uma das maiores autoridades no conceito de marcas de nações, regiões e cidades, sendo conselheiro de vários governos e de agências da Organização das Nações Unidas, em estratégias de marca, diplomacia pública, relações culturais, promoção de investimentos e exportações, turismo e desenvolvimento económico. Simon Anholt é também editor dos jornais *Place Branding* e *Public Diplomacy*, e autor de livros como *Brand New Justice* e *Brand América*, entre outros. Ver em http://www.nationbrandindex.com/CBI_q3-portuguese-press-release.phtml

realizações e falhas, as vantagens e desvantagens, o povo e os produtos são reflectidos na imagem da marca.

Os especialistas da Global Market Inside (GMI) acreditam que a ausência de estratégias de marketing da imagem do país, as políticas polémicas e a crescente dificuldade de entrada levantada aos visitantes não contribuem para a construção de uma marca amigável.

No documento CBI, afirma-se que muitos ainda encaram a marca como um simples logotipo ou uma identidade visual que muda a cada campanha publicitária. O simples anúncio das suas ofertas ou despende elevadas somas de dinheiro em espaço nos média não garante sucesso, especialmente num mercado saturado e competitivo.

Segundo a empresa de relações públicas Weber Shandwick, que também participou da compilação do índice, o segredo do sucesso está em manter turistas satisfeitos. "O visitante é a ferramenta de marketing mais poderosa para a "marca" de um país. Eles importam o destino, seus produtos e experiências directamente para as suas casas, os seus escritórios e círculos sociais, com a mais importante voz de todas: o "boca a boca", afirma René Mack, presidente da Wener Shandwick.²⁰

Os estudos publicados pela GMI indicam que a "autenticidade" é um aspecto cada vez mais decisivo para a satisfação das necessidades, desejos e expectativas dos turistas. Esta "autenticidade" revela-se na preservação de aspectos culturais únicos, podendo ser uma vantagem competitiva e uma forte oportunidade de desenvolvimento dos países mais pobres. A ideia segundo a qual os turistas pretendem experimentar a verdadeira essência de destinos diferentes supõe que essa "autenticidade" seja um dos aspectos a desenvolver e a comunicar.

²⁰ Ver em http://www.nationbrandindex.com/CBI_q3-portuguese-press-release.phtml

O CBI analisa as motivações, as considerações, os comportamentos e o processo de decisão dos turistas tentando definir os seus aspectos críticos. No referido documento, conclui-se que as necessidades e os desejos dos turistas devem ser entendidos e integrados no desenvolvimento dos destinos.

As necessidades detectadas têm características mais práticas e são as seguintes: segurança, preços, fácil comunicação, proximidade e o tempo. Em termos de desejos, expectativas e experiências, surge a beleza natural, autenticidade, a arte e a cultura, as opções hoteleiras e as actividades ao ar livre ou desportivas (CBI, 2007:21).

Entre os aspectos comportamentais mais decisivos para os turistas viajarem encontra-se a “noção de sair de casa e alterar a rotina” (CBI, 2007:23). O grau desta motivação é diferente, o que leva a procurar novos lugares para relaxar ou proporcionar actividades pouco habituais. Outra motivação é a “descoberta” que inclui não só destinos turísticos diferentes, mas sobretudo fazer algo de diferente. Os destinos que possam oferecer experiências genuínas e exóticas tem particular apetência para responder a este comportamento. Outro requisito dos turistas é, cada vez mais, a afinidade e a integração que o destino proporciona com a cultura e as gentes locais que possam gerar uma experiência e uma memória agradável (CBI, 2007:23). Outra característica que contribui para o sucesso dos destinos na perspectiva dos turistas é a própria “experiência”: sons, cheiros, culinária, património histórico-cultural (CBI, 2007:23).

O CBI identifica ainda novas atitudes por parte dos turistas, como por exemplo a decadência dos canais mais tradicionais de comunicação dos destinos. O canal consumidor-a-consumidor, ou se quisermos, de turista-a-turista ou o boca-a-boca, já atrás referido, ganha maior importância. As redes sociais, os blogues e ciberlugares trocam entre si informações e, por vezes, serviços, funções que tradicionalmente estavam associados a canais institucionais (CBI, 2006:24).

As novas exigências por parte dos turistas obriga a destinos harmoniosos do ponto de vista urbano, limpos, modernos e tranquilos, com aeroportos seguros e fáceis de utilizar que prestem serviços cómodos, eficientes e económicos.

O turismo não é apenas uma das ofertas do país. A imagem, a reputação e o valor de marca de um país focaliza e solidifica a percepção dos seus produtos, população, oportunidades de investimento e, até, a ajuda estrangeira. Uma marca de país ao mais alto nível é muito mais que um logótipo ou frase de propaganda: é a unificação e a plataforma identificável e coerente do país.

A marca de um país assume-se como uma proposta de valor e não como um “pacote” de marketing. O CBI anota que os países surgem no mercado “fragmentados”, devido à pouca coesão entre agências do governo e organizações privadas. Segundo se afirma no referido documento, sem um mecanismo que desenvolva uma marca unificada para os canais de Business-to-Consumer (B2C) e Business-to-Business (B2B), os países não conseguirão posicionar-se como marca de destino turístico. Os especialistas da empresa referem que são habituais estratégias contraditórias que afectam a coesão que se associa à percepção cognitiva da marca. (CBI, 2006:39).

O CBI aconselha uma visão holística dos países que determine as exigências chave e os objectivos prioritários a todos os níveis dos governos como o único modo de se criar uma verdadeira marca do país. O “alinhamento” dos diversos aspectos que compõem a complexidade de uma marca nacional coesa é um desafio que deve ser apoiado pelos governos.

Num ambiente complexo, global e competitivo, a marca pode comunicar sucintamente os focos de interesse que ajudem ao investimento estrangeiro e à captação de receitas. O CBI avisa, no entanto, que se podem criar percepções negativas devido à

trivialidade em que pode cair a marca e à tendência de o consenso poder gerar decisões de baixa qualidade como denominador comum.

3. O valor da actividade turística

O valor da actividade turística é para o limite do nosso trabalho uma consideração conceptual, embora não descure os aspectos económicos e estatísticos. Estes últimos factores são os mais desenvolvidos e estão sobejamente disponíveis na OMT. O que nos importa são as considerações teóricas sobre a problemática do turismo como instrumento da cooperação para o desenvolvimento e o entendimento como necessidade básica e órgão de vida das sociedades no mundo globalizado.

Segundo Pedro de Almeida, "o turismo é hoje uma actividade inserida na dinâmica da economia global, bem alicerçada em avançadas tecnologias de informação, comunicação e gestão e em permanente evolução de conceitos e de práticas, pela assimilação e processamento de inovação, de criatividade e de outros factores geradores de ganhos de competitividade." (Almeida, Anexo 7).

Mais adiante: "Nas sociedades modernas, a fruição de turismo e lazer é uma necessidade de consumo essencial com acentuada e crescente procura. Este facto torna o sector incontornável nas opções de política económica de países que apresentem condições endógenas privilegiadas ao seu desenvolvimento e que necessitem de gerar rapidamente mais valor económico agregado. Mas o Turismo é também reconhecido como uma actividade com capacidade para induzir fortes impulsos a processos de desenvolvimento sustentável, estimular o crescimento competitivo de "clusters" produtivos integrados, preservar recursos naturais e ambientais e de criar emprego qualificado e coesão social, contributos imprescindíveis na inadiável luta pela eliminação da pobreza e pela inclusão social." (Almeida, Anexo 7).

A este propósito, Akel Biltaji refere que o mais importante na aldeia global é fácil relacionamento entre economias. "O Rei Abdullah II, da Jordânia, acredita que a História de hoje é a economia em movimento, transpondo todas as barreiras e fronteiras. Investimento Directo Estrangeiro está a encontrar o seu caminho para todos os destinos turísticos. E este é fundamental para construção das economias" (Biltaji, Anexo 10).

No mesmo sentido é a opinião de Tony Wheeler para quem "o turismo é uma parte muito importante na economia global e para algumas nações em desenvolvimento de vital importância" (Wheeler, Anexo 16). O mesmo especialista, acrescenta que "em algumas situações, o turismo será a única alternativa à subsistência dos postos de trabalho ou à emigração. O turismo pode oferecer alternativas ambientais e sustentáveis às outras actividades económicas. Por exemplo, o turismo é uma alternativa válida à desflorestação para uso agrícola levando à perda de fauna e flora selvagem em alguns países africanos ou os trilhos turísticos nos Himalaias são uma das poucas alternativas a uma agricultura de subsistência, embora possam infligir efeitos severos no frágil meio ambiente" (Wheeler, Anexo16).

Segundo Coelho "quando se fala em impactos do turismo, normalmente está subjacente a ideia que o "turismo", o "turista" é causador desses mesmos efeitos. Não tem havido investigação numa óptica em como a "ideia" dos benefícios do turismo, ou seja a vontade de captar o turismo potencial, cataliza um conjunto de acções de agentes privados e públicos, no sentido de criação de condições de receptividade e fixação dos visitantes, as quais se podem também reflectir na melhoria da qualidade de vida dos próprios residentes. A estes podemos chamar de "impactos esperados ou desejados", enquanto que aos primeiros chamaremos de "impactos reais" (Coelho, 2007:8).

No âmbito do turismo, há a considerar vários tipos de impactos: os que se destinam aos residentes; os que se destinam aos residentes e ao turismo e os que se destinam aos turistas. Estes aspectos podem existir de forma independente. Não obstante, são

potenciadores de novas realidades quando organizados e planeados em função da actividade turística. O turismo é um fenómeno que tem vertentes políticas, económicas, sociais e culturais que tende a criar ou recriar espaços. Como fenómeno está presente em todas as regiões do mundo, ou seja, virtualmente, todos os lugares e sítios tem potencialidades turísticas. O turismo é, cada vez mais, a expressão do mundo globalizado. O turismo é um todo que se evidencia, não como soma de partes, mas sim como resultado de sinergias que criam uma nova realidade.

Segundo alguns autores, a actividade turística desenvolve-se em várias dimensões e escalas de ocupação e pode ser espontâneo ou planeado, desenvolver relações artesanais ou apostar na reprodução de capitais. A partir do momento em que os lugares e sítios se desenvolvem como destinos turísticos verifica-se alterações desses lugares que, em muitos casos, podem ir até à destruição a prazo das suas originais vantagens competitivas e, assim, perderem o poder de atracção e integração na economia mundial. O turismo apropria-se dos espaços (aqui entendidos como humano, ambiental, geográfico, sociológico, natural, económico, etc.) e promove a sua alteração.

3.1 Impactos do turismo

Segundo a Organização Mundial do Turismo, os efeitos do turismo na economia são uma realidade complexa, que se encontra sintetizado no quadro que se mostra a seguir.

Quadro 1: Classificação e identificação dos efeitos económicos do turismo

Tipos de Efeitos	Objectivos da política económica	Efeitos
Globais	Estratégia de desenvolvimento	Efeitos globais sobre a economia nacional Efeitos sobre a dependência externa e sobre a nova ordem económica nacional
Parciais	Crescimentos dos sectores produtivos (eficácia do sistema)	Efeitos sobre a produção Efeitos sobre o emprego
	Sector Externo (estabilidade e equilíbrio externo)	Sobre a Balança de Pagamentos Sobre a taxa de Câmbios Sobre as relações reais de troca Sobre a oferta a oferta monetária e velocidade de circulação da moeda
	Sector público e grau de intervenção do Estado	Sobre as receitas públicas Sobre as despesas públicas
	Estabilidade dos preços	Efeitos sobre a inflação Efeitos sobre a especulação do solo
	Equidade dos sistemas	Sobre a distribuição de rendimentos
	Ordenamento do território	Sobre o desenvolvimento regional Sobre o meio rural Sobre os movimentos demográficos
Externos	Utilização adequada e protecção dos recursos naturais e humanos	Sobre o meio ambiente Sobre a formação profissional
	Aspectos sócio-culturais	Sobre os níveis, hábitos e atitudes de consumo Sobre alterações sociais e culturais

Fonte Organização Mundial de Turismo, *Effects Économiques du Tourisme*, s/d

A OMT agrupa os efeitos do turismo em três grandes grupos: globais, parciais e externos. Efectivamente, o turismo contribui para a dinamização da economia, introduz novos valores e relações e abrange não só aspectos económicos, mas também sociais e ambientais. Aumenta a dependência externa em termos de receitas e pode criar fenómenos de especialização, quando economias de escala ou a diversificação não são viáveis devido à escassez de recursos ou à dimensão territorial. Nestes casos, podem em épocas de crise,

resultar em graves problemas sociais. Segundo Ferreira²¹ “em termos concretos, o turismo poderá motivar uma procura acrescida de bens e serviços para consumo directo e imediato uma vez que um turista, a partir do momento em que chega a um destino, poderá desde logo interagir com, praticamente, a totalidade dos sectores produtivos da economia, nomeadamente a agricultura, a pesca, a indústria, os serviços e os transportes” (Ferreira, 2006:95).

Com o desenvolvimento do turismo, sublinha o mesmo autor, é de esperar “uma expansão e uma reorganização do tecido económico empresarial, já que existem oportunidades acrescidas para se reforçar a capacidade competitiva das empresas de maiores dimensões, mas também uma oportunidade ou incentivo para a constituição e desenvolvimento de micro empresas e das pequenas empresas” (Ferreira, 2006:95).

O turismo promove a integração das economias nacionais no mercado mundial, universalizando a oferta e gerando alternativas a outros fluxos externos.

Em relação aos efeitos parciais, o aumento da procura e do consumo, o que se traduz no aumento “da capacidade produtiva das principais empresas para responder a este acréscimo de solicitações ou de mercado” (Ferreira, 2006:98).

O impacto no emprego também é significativo e, em certos casos, onde não existe capacidade para absorver a população activa disponível, pode mesmo regularizar o mercado. Por outro lado, também promove o emprego das mulheres e a formação profissional.

Efectivamente, os gastos turísticos geram emprego directo na hotelaria e restauração e emprego indirecto em muitos outros sectores como agricultura, transportes, têxteis, mobiliário, cerâmica, etc. Depois, estes trabalhadores aplicam parte dos seus

²¹ Eduardo Manuel Machado de Moraes Sarmiento Ferreira (2006), “*O turismo no Contexto de uma Pequena Economia Insular: o caso de Cabo Verde*”, Instituto Superior de Economia e Gestão, Lisboa.

rendimentos na aquisição de bens e serviços de outros sectores que leva a sua expansão e, por conseguinte, ao crescimento do recrutamento e do emprego. É o designado o emprego induzido.²² O turismo contribui positivamente para promover a empregabilidade e o papel da mulher, assim como reduz a pobreza. Segundo o secretário-geral adjunto da OMT, Taleb Rifai, "entre 60 a 70 por cento dos que trabalham nos sectores são mulheres".²³ O turismo permite melhorar a qualidade e as condições de emprego das mulheres, assim como "criar maiores oportunidades económicas para o trabalho por conta de outrem e a criação de micro-empresas".²⁴

Porque capta receitas, trata-se de um sector que pode equilibrar a Balança de Pagamentos. Por outro lado, "as entidades governamentais poderão recorrer à política cambial para realizar ganhos com as receitas do turismo" (Ferreira, 2006:102).

Segundo o OMT, se as receitas do turismo atingirem nos países em desenvolvimento cerca de 2% do PIB, pode ser considerado um sector motor da economia.

Segundo Ferreira "o turismo é frequentemente acusado de estar na base dos aumentos de preços de uma economia" (Ferreira, 2006:104). E mais adiante: "a chegada dos turistas a um país receptor cria um aumento tanto na procura interna de produtos locais como de produtos importados que se repercutirá na procura global do país. Dado o carácter sazonal da procura e da sua concentração no espaço, é de esperar um aumento dos preços especialmente quando se trata de procura externa. Uma vez que os turistas normalmente provenientes de países com maiores níveis de vida e de rendimentos estão dispostos a pagar no país visitado preços mais elevados dos que aí são habitualmente praticados. Exerce-se por esta via pressões sobre os preços locais, criando-se uma situação de inflação importada". (Ferreira, 2006, 104).

²² Ver Cunha, Lúcio 2006: 367

²³ Ver em http://www.unwto.org/media/news/sp/press_det.php?id=1881&idioma=E

²⁴ Idem

No entanto, “não existem certezas de que o turismo possa por si criar tensões inflacionistas com excepção do caso dos terrenos, cuja actividade especulativa normalmente tem consequências negativas a este nível” (Ferreira, 2006:104).

Por observação directa em Timor-Leste²⁵, constatámos que só na economia informal, ou nas situações em que os preços não eram tabelados (mercado e táxis, por exemplo) e, mesmo assim, mais nos serviços do que em artigos de primeira necessidade, é que os preços são inflacionados para os turistas ou estrangeiros residentes. Em restaurantes, supermercados, combustíveis, electricidade, telefones, etc. não havia uma dupla tabelação de preços. Assim, para os nacionais residentes, a inflação importada não se fazia sentir. No caso concreto de Timor-Leste, a possível inflação importada não viria através de uma afluência de turistas, mas sim de uma considerável população de estrangeiros residentes bem remunerados.

O advento do turismo, que precisa de espaço e faz com que terrenos de reduzido valor comercial entrem no mercado a valores mais altos, podendo os seus proprietários realizar maiores ganhos, o que, eventualmente, pode ser também gerar mais receitas para o Estado, através de impostos.

Ao nível da economia regional, o turismo proporciona valor acrescentado aos recursos e ao património, gera exportação de bens e serviços, exige o desenvolvimento de infra-estruturas e de equipamentos complementares, dinamiza o mercado local e contribui para a preservação das actividades locais (Ferreira, 2006:106).

O turismo pode ainda contribuir para a fixação das populações através do desenvolvimento social que propicia nas zonas rurais, em geral mais carenciadas e onde vivem as populações mais pobres. “Caso os investimentos turísticos sejam efectuados de forma

²⁵ O autor foi cooperante no desempenho de uma missão de serviço público no domínio do turismo, junto do governo de Timor-Leste, durante quatro anos.

racional, ele pode tornar-se um instrumento fundamental para se atingir uma distribuição mais equilibrada do espaço nacional, contribuindo para dissolver ou evitar assimetrias regionais e de distribuição de rendimentos, valorizar as zonas rurais e assim contribuir para a sua valorização” (Ferreira, 2006:107).

Os efeitos externos são os que relacionam com o ambiente e as mudanças climáticas. Neste aspecto, emerge a sustentabilidade dos destinos, pois se as actividades turísticas não protegerem os recursos naturais, nem desenvolverem uma consciência ecológica em todos os actores dos seus processos, colocam em risco a sua existência. O turismo sustentável e responsável, de que falaremos mais adiante, é um dos aspectos mais decisivos para o desenvolvimento da qualidade de vida dos residentes e para a oferta competitiva dos destinos no mercado global.

O turismo altera ainda hábitos e atitudes de consumo das populações através do ajuste entre comportamentos de culturas diferentes quer através da observação de novos comportamentos (Ferreira, 2006:111).

Para Jong “o desenvolvimento do turismo não pode estar dissociado dos grandes temas globais como o aumento da demográfico, alterações climáticas e alívio da pobreza. Só em harmonia, estas três forças podem chegar a um equilíbrio para que o planeta sobreviva e a indústria do turismo floresça”. Para este especialista, “estas forças tem o seu epicentro na Ásia, onde o aumento demográfico e o crescimento económico convergem neste século” (Jong, Anexo 19).

3.2 Efeitos negativos

Para além de promover o desenvolvimento e o marketing dos destinos turísticos, sendo uma grande oportunidade para os aspectos culturais e naturais da sociedade, o turismo devido às alterações que introduz, pode provocar efeitos perversos que a prazo esgotam e destroem os destinos turísticos.

Os impactos ambientais e como consumidor de recursos são os efeitos mais negativos apontados ao turismo. Não obstante, os paradigmas estão em mudança e a ideia de sustentabilidade garante que os actores turísticos atendam, cada vez mais, a preservação e protecção do ambiente, da natureza e do clima.

Para Ludwig Rieder, não obstante os resultados económicos do turismo gerarem grandes impactos no desenvolvimento sustentável, especialmente em países em desenvolvimento ou menos avançados, não se pode assumir que sejam somente de conotação positiva. Rieder refere que o turismo pode conduzir à não sustentabilidade ambiental, social e económica caso não seja planeado, gerido e implementado. (Rieder, Anexo 12).

Para este especialista, existe uma escola de pensamento segundo a qual investimentos de grande escala, que rapidamente produzem efeitos visíveis a curto prazo, libertando as pessoas da pobreza, a longo prazo podem exacerbar situações de pobreza pelos impactos negativos em grupos mais vulneráveis. A perda de coesão social e tradições culturais de minorias étnicas pela migração dos jovens para áreas urbanas, tráfico de mulheres e crianças, drogas, exploração sexual e transmissão de doenças como o HIV/SIDA, são alguns aspectos mais negativos ligados ao turismo. (Rieder, Anexo 12)

Entre outros possíveis efeitos negativos são identificados (Williams 1998:160, citado por Ferreira 2006: 117) o seguintes: desmembramento e comercialização das culturas;

remoção dos significados e valores associados aos costumes e práticas tradicionais quando aplicados ao consumo turístico; aumento das tensões entre estilos de vida importados e tradicionais; novos padrões de consumo locais e risco de promoção de actividades com repercussões anti-sociais.

Ferreira aponta ainda um outro efeito: "constata-se que quanto maior for o grau de dependência das economias receptoras em termos de necessidade de importação de bens de equipamentos, matérias-primas e bens e serviços, menor poderá ser o efeito líquido do turismo" (Ferreira 2006: 120). E mais adiante: "O desenvolvimento do turismo nos países receptores pode, nalguns casos, exigir volumes elevados de capitais externos (por inexistência de capitais suficientes), o que pode levantar novos problemas de dependência" (Ferreira 2006: 120). Neste ponto, a cooperação pode vir a desempenhar um papel importante porque dá um sinal positivo aos investidores.

Martin Brackenbury adianta que o turismo continua a ser uma ferramenta útil para a criação de emprego, receitas e divisas estrangeiras, com baixo risco para os investidores. Assim, como motor de desenvolvimento económico, ainda antes da diversificação de uma economia, o turismo deveria ser encarado como um sector estratégico, sendo de todas as exportações, a mais atractiva em termos sócio-económicos. (Brackenbury, Anexo 13).

Villiers acrescenta que se devem promover os valores do turismo responsável e sustentável de forma a evitar os impactos negativos da falta de planeamento e do turismo oportunista (Villiers, Anexo 18).

3.3 Fluxos internacionais de 2006

De acordo com dados da Organização Mundial de Turismo (OMT)²⁶, o sector superou as expectativas com 846 milhões de chegadas de turistas internacionais, o que corresponde a uma aumento de 5,4% em relação ao ano anterior. De acordo com o referido documento, o turismo revela resultados acima da média anual prevista (4,1%) e regista um crescimento sustentado pelo terceiro ano consecutivo. Outra situação interessante para o nosso estudo é este: "Uma característica notável em 2006 foram os persistentes bons resultados dos destinos emergentes, garantidos por um dos períodos mais duradouros de expansão económica sustentada." (*Datos Esenciales del Turismo*, 2007:1)

África obteve o melhor resultado, com um crescimento de 9,5%, a confirmar a tendência de anos anteriores, sendo uma taxa recorde que quase duplica a mundial. Ásia e o Pacífico manteve o nível de crescimento do ano anterior de 8% "em parte devido à total recuperação da Tailândia e das Maldivas dos efeitos do Tsunami de Dezembro de 2004, assim como aos excelentes resultados de outros destinos emergentes da região" (*Datos Esenciales del Turismo*, 2007:1). A Tailândia registou um crescimento de 20% de chegadas recuperando totalmente das consequências da referida catástrofe.

Os mesmos dados apontam para um crescimento de 9% das chegadas internacionais ao Médio Oriente, "apesar da situação geopolítica mundial e da crise entre Israel e Líbano, que caracterizaram os meses de Verão na região" (*Datos Esenciales del Turismo*, 2007:1). Os dados confirmam a ideia segundo a qual o turismo é um sector que recupera rapidamente das adversidades e de conjunturas desfavoráveis, sejam de ordem natural ou humana.

²⁶ *Datos Esenciales del Turismo*, Organización Mundial do Turismo, Madrid, 2007

A região com menor crescimento foram as Américas, cujo crescimento estimado de 2% se situa abaixo das expectativas, "em grande medida devido ao abrandamento das chegadas ao Canadá e México.

Em 2006, mais de metade das chegadas internacionais tem por motivação o ócio, recreio e férias, totalizando 430 milhões (51%). As viagens de negócios contribuíram com 16% (131 milhões) e 27% correspondem a outros assuntos como visitam a amigos e parentes (Visiting Friends and Relatives), razões religiosas ou peregrinações, tratamentos de saúde, entre outros. Não especificaram os objectivos da visita, 6% dos viajantes.

O transporte aéreo, com 46%, e o transporte terrestre, com 47% (dos quais 43% correspondem a transporte rodoviário e 4% a transporte ferroviário), caracterizam a deslocação dos turistas. As chegadas por via marítima totalizam 7%.

Em relação à perspectiva de longo prazo, a OMT mantém as previsões realizadas até ao ano 2020. De acordo com o documento, entende-se que as tendências básicas estruturais da previsão não foram alteradas significativamente. Mais adiante sublinha-se que a experiência demonstra que a curto prazo, os períodos de maior crescimento (1995, 1996, 2000, 2004 a 2006) se alternam com períodos de crescimento lento (2001 a 2003).

A Visão 2020 da OMT já referida, prevê que, em 2020, as chegadas internacionais atinjam os 1.560 milhões, das quais 1.180 milhões terão origem inter-regional e 378 milhões serão de longa distância.

As três primeiras regiões receptoras serão a Europa (717 milhões de turistas), Ásia Oriental e Pacífico (397 milhões) e as Américas (282 milhões). Seguem-se África, Médio Oriente e Ásia Meridional.

Ásia Oriental e Pacífico, Ásia Meridional, Médio Oriente e África terão taxas de crescimento anual superiores a 5%. A Europa e as Américas registarão taxas inferiores a referida média. A Europa mantém uma quota maior de chegadas mundiais, mas cairá dos 60% registados em 1995 para 26% em 2020.

Segundo dados da OMT²⁷, o turismo representa cerca de 35 % de das exportações mundial de serviços, cifra que sobe para os 70% nos países menos avançados (PMA).

4. Os novos paradigmas: do turismo sustentável ao turismo responsável

Como fenómeno complexo e integrador, a defesa da sustentabilidade do turismo vem sendo uma das preocupações de todos quantos intervêm nos diversos domínios da sociedade. A contribuição do sector é considerada relevante, não só por causa do volume de pessoas que mobiliza, dos contactos que promove entre realidades e costumes (e assim promover uma "cultura da paz" baseada no conhecimento mútuo) e do emprego que gera, mas também porque os recursos ambientais e culturais das comunidades que se desenvolvem como destinos turísticos são aspectos essenciais. Pedro de Almeida sublinha que "proporcionando viagens, o turismo faculta aos viajantes a observação directa e factual do espaço visitado, inserindo-os em contextos reais que lhes permite uma interpretação própria e uma compreensão isenta dos problemas que envolvem cada sociedade, tanto ao nível dos seus enquadramentos sócio-culturais como das suas práticas quotidianas. Fomentando o relacionamento e o conhecimento directo entre pessoas, povos e nações, o turismo contribui para um imparável intercâmbio de culturas e vivências e estimula a permuta e o mútuo entendimento das realidades do nosso tempo nos seus múltiplos espaços de realização e entre diferentes comunidades. Este processo cognitivo, que é a essência da actividade turística, permite dar a conhecer, melhor compreender e mais tolerar "o outro", fazendo justamente do

²⁷ Ver em <http://unwto.org/facts/eng/economy.htm>

turismo um valioso instrumento informal de entendimento e cooperação internacional.” (Almeida, Anexo 7).

A OMT definiu o turismo sustentável como sendo o ecologicamente suportável no longo prazo, economicamente viável, assim como ética e socialmente equitativo para as comunidades locais. Exige integração ao meio ambiente natural, cultural e humano, respeitando a frágil balança que caracteriza muitos destinos turísticos, em particular pequenas ilhas e áreas ambientalmente sensíveis.²⁸

Não obstante, Ludwig Rieder é de opinião que na região da Ásia e Pacífico se está longe de se perceber como utilizar o turismo como instrumento para o desenvolvimento sustentável. (Rieder Anexo 12). E explicita: “Apesar de organizações bilaterais e multilaterais promoverem modelos de desenvolvimento turístico como instrumento para o alívio da pobreza, a verdade é que: (1) muitos desses modelos são ambíguos e contraditórios nos resultados e com falta de demonstração empírica suficiente para convencer os países e os parceiros de desenvolvimento [doadores] de que são projectos válidos; (2) A redução da pobreza pelo turismo feita através de projectos de pequena escala e de base comunitária que não são atractivos para os decisores políticos e o sector privado que está mais focado nos grandes investimentos como aeroportos, hotéis e empreendimentos turísticos; e (3) quando existem bons modelos [...] a sua difusão é deficitária, pela falta de liderança e coordenação ou porque não foram considerados, desde o início, meios para esse fim” (Rieder, Anexo 12).

Para Rieder se atentarmos aos planos e estratégias de longo prazo dos países da ASEAN fica-se “paralisado” com a falta de objectividade dada à frase “desenvolvimento sócio-económico pelo turismo” (Rieder, Anexo 12).

²⁸ *Making Tourism More Sustainable, A Guide for Policy Makers*, Organização Mundial de Turismo/Programa das Nações Unidas para o Ambiente, Madrid, 2005

4.1 A Agenda 21 para a Indústria de Viagens e Turismo

A chamada "Agenda 21 para a Indústria de Viagens e Turismo para o Desenvolvimento Sustentável"²⁹ e o "Código Mundial de Ética do Turismo"³⁰, aprofundam a ideia de sustentabilidade e concebem uma definição actualizada do turismo como "turismo responsável".

A referida agenda, divulgada em 1996 pela OMT, o Conselho Mundial de Viagens e Turismo e o Conselho da Terra foi inspirada na "Agenda 21" aprovada durante a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CNUMAD), realizada no Rio de Janeiro em 1992. As directrizes deste documento fornecem orientações para a promoção do turismo sustentável, seja no nível público como na iniciativa privada.

A "Agenda 21 para a Indústria de Viagens e Turismo para o Desenvolvimento Sustentável" aborda as áreas prioritárias para o desenvolvimento de programas e procedimentos para a implementação do turismo sustentável. Num desafio aos governos, a "Agenda 21" aponta oito áreas prioritárias que devem ser atendidas pelos governos e representações das organizações da indústria turística: (1) a avaliação da capacidade do quadro regulamentar, legal, económico e voluntário para apoiar o desenvolvimento de políticas que viabilizem a implementação do turismo sustentável; (2) avaliação das implicações económicas, sociais, culturais e ambientais das operações, no sentido de examinar a sua própria capacidade para actuar na direcção da perspectiva de desenvolvimento sustentável; (3) treino, educação e formação da consciência pública, no sentido de desenvolver formas mais sustentáveis de turismo com o objectivo de viabilizar a capacidade necessária para execução de tarefas nessa direcção; (4) planear o turismo sustentável a partir do estabelecimento e implementação de medidas que assegurem a gestão efectiva do uso do solo, que maximize benefícios ambientais e sociais, e minimize danos potenciais à cultura e ao meio ambiente; (5) promover o intercâmbio de informações, conhecimento e tecnologias entre países desenvolvidos e em

²⁹ Ver em <http://www.unwto.org/sustainable/publications.htm>

³⁰ Ver em http://www.unwto.org/code_ethics/pdf/languages/Portugal.pdf

desenvolvimento que viabilizem o turismo sustentável; (6) fomentar a participação de todos os sectores da sociedade; (7) avaliar os progressos alcançados pelas metas de turismo sustentável através de indicadores confiáveis, aplicáveis a nível local e nacional; (8) estabelecer parcerias que facilitem iniciativas responsáveis.

As oito áreas prioritárias dirigem-se, também, às empresas de viagem e turismo fomentando o estabelecimento de procedimentos sustentáveis: (1) minimização do desperdício através da diminuição do uso de recursos e aumento da qualidade; (2) gestão do uso de energia visando a redução do consumo e emissão de substâncias potencialmente poluentes da atmosfera; (3) gestão do uso da água com vista à manutenção da qualidade e eficiência no consumo; (4) gestão das águas residuais, visando a conservação dos recursos hídricos e protecção da flora e fauna; (5) gestão de produtos tóxicos e perigosos, promovendo a sua substituição por produtos menos nocivos para meio ambiente; (6) gestão do sistema de transportes com o objectivo de controlar emissões perigosas para a atmosfera e outros impactos ambientais; (7) planeamento e gestão do uso do solo, no contexto da procura de uso múltiplo e equitativo, tendo em vista o compromisso com a preservação ambiental e cultural, a criação e a captação de receitas; (8) envolvimento de todos os actores, clientes e comunidades nas questões ambientais.

4.2 OMT: os cinco desafios para o futuro

Segundo a OMT³¹ existem, pelo menos, cinco desafios ao nível do turismo sustentável que demonstram a complexidade e a importância do sector aos quais os governos das nações devem enquadrar nas suas estratégias e políticas. São eles: a monitorização dinâmica do crescimento; as alterações climáticas; o alívio da pobreza; apoio à conservação (património, ambiente - parques e santuários naturais); saúde e segurança.

³¹ *Making Tourism More Sustainable, A Guide for Policy Makers*, Organização Mundial de Turismo/Programa das Nações Unidas para o Ambiente, Madrid, 2005

Em relação à monitorização dinâmica do crescimento, a OMT sublinha que o aumento dos movimentos internacionais de turistas previsto até 2020 vai reflectir-se na constante pressão sobre sector. No documento afirma-se que os malefícios deste crescimento têm que ser evitados e monitorizados de forma a não destruírem os recursos dos quais o turismo depende. Neste sentido, deve-se conceber, planear e gerir os destinos de forma a influenciar os padrões de consumo. Por conseguinte, a sustentabilidade do turismo tem na melhoria da gestão e nas boas práticas ambientais oportunidades de melhoria.

A OMT considera que determinados zonas do globo são muito vulneráveis à pressão do crescimento, a saber:

- Zonas costeiras e marítimas, quando mal desenvolvidas, levam à perda de qualidade de vida e habitantes;

- Cidades históricas e locais de património cultural, cuja pressão coloca em risco a qualidade de vida dos residentes e, também, o charme e autenticidade;

- Zonas ambientalmente frágeis, onde até pequenas pressões turísticas põem em causa a biodiversidade.

Quanto às alterações climáticas, tópico central na sustentabilidade do turismo a longo prazo, deverá ser encarada em duas vertentes: por um lado, as alterações climáticas têm consequências para o turismo; por outro, o sector contribui para as mudanças do clima.

A subida do nível das águas do mar, o aumento de intensidade e frequência de tempestades, a erosão costeira, a desaparecimento de barreiras de corais são aspectos a considerar na gestão dos destinos turísticos. Por exemplo, um efeito das alterações climáticas é a redução da época alta de esqui por falta de neve.

No documento a que nos referimos, sublinha-se que as alterações climáticas terão efeitos na atractividade do mercado, tanto ao nível dos receptores como dos emissores. A propagação de doenças tropicais e a escassez de água são efeitos cujo impacto se sente já no sector.

Para a OMT, o turismo pode ser um importante impulsionador dos Objectivos de Desenvolvimento do Milénio (ODM), uma vez que os países mais pobres são, no geral, os que podem desenvolver mais vantagens comparativas considerando os seus recursos naturais e culturais. O turismo pode ser uma nova fonte de receita nas áreas rurais, onde vive a grande maioria das populações pobres, porque é um sector de mão-de-obra intensiva e com poucas barreiras à entrada. O desafio, refere-se no documento, é saber o modo de canalizar as divisas dos visitantes para os mais pobres, incluindo pela via o sector informal da economia.

Por outro lado, será necessário desenvolver uma consciência cívica e de ética empresarial para que os empregos em turismo sejam justamente pagos e os seus empregados sejam tratados adequadamente e disponham de oportunidades de progressão.

O apoio à conservação é um questão mais decisiva para a sustentabilidade do turismo que já é um contribuinte para áreas protegidas, monumentos e património através da cobrança de bilhetes e entradas naqueles locais, concessões, etc.. De forma mais lata, o turismo por apresentar alternativas às formas de subsistência das populações rurais, pode ser factor de melhoria do uso da terra e de gestão dos recursos naturais.

Em relação à saúde e segurança, são considerados críticos para o desenvolvimento do turismo a prazo. Num passado recente, a incerteza acerca de saúde e da segurança da viagem para certos destinos provocaram elevadas flutuações nos fluxos de turistas. A OMT sublinha que, apesar de serem condições circunstanciais e de a recuperação ser rápida, a saúde e a segurança devem ser considerados aspectos contextuais do turismo sustentável. A incerteza

associada a estes aspectos tem implicações na imagem, na gestão da informação e da comunicação e na concretização de medidas específicas que garantam e aumentam a segurança e confiança dos turistas.

4.3 Uma agenda para a sustentabilidade do turismo

O OMT definiu uma “agenda para a sustentabilidade do turismo”, abordada sob duas vertentes: a habilidade ou capacidade do turismo para continuar como uma actividade de futuro e perpétua no tempo, assegurando as condições necessárias e correctas para este desidrato; a capacidade da sociedade e do ambiente para absorver e beneficiar dos impactos do turismo de forma sustentável.

Com base neste pressupostos, a OMT articulou doze temas nos domínios económico, social e ambiental. No documento³² em causa afirma-se que esta agenda pode ser estruturante para a definição de políticas do turismo sustentável, polarizada entre a minimização dos impactos negativos do turismo na sociedade e no ambiente e a maximização das contribuições criativas e positivas do turismo para a economia local, a conservação do património cultural e ambiental e a qualidade de vida das populações anfitriãs e dos visitantes.

O primeiro tema é a viabilidade económica que visa assegurar o sucesso e competitividade dos destinos e das empresas. Desta forma, promove a prosperidade e captam-se benefícios para as populações, a longo prazo.

No segundo, a prosperidade local, pretende maximizar a contribuição do turismo para o progresso económica do destino, incluindo a retenção local da maior percentagem dos gastos dos turistas, o que se traduz em maiores rendimentos para os locais.

³² Idem

A qualidade de emprego é terceiro tópico da agenda e destina-se a fortalecer o número e qualidade dos postos de trabalho suportados pelo turismo, sem discriminação de sexo, raça ou outras formas de discriminação.

O quarto aspecto, a equidade social, procura a justa distribuição dos benefícios económicos e sociais do turismo nas comunidades de acolhimento dos turistas, incluindo o aumento das oportunidades de rendimento e serviços ao dispor dos pobres.

A satisfação das expectativas dos visitantes (quinto tema) tende a garantir a segurança dos visitantes, independentemente do sexo, raça, religião, entre outras formas de discriminação.

A gestão local, sexto ponto da agenda, implica e fortalece a capacidade de decisão e controlo das comunidades, em relação à gestão e desenvolvimento turístico das suas áreas. A consulta aos intervenientes nos processos de forma a aumentar participação, a partilha, a colaboração e a cooperação é importante na gestão integrada dos destinos.

O sétimo tópico refere-se ao bem-estar das populações e visa manter e reforçar a qualidade de vida das comunidades locais, incluindo o desenvolvimento de estruturas sociais e a democratização do seu acesso, evitando formas de exploração e degradação social.

A riqueza cultural, oitavo tema, pretende respeitar e valorizar o património histórico, preservar a autenticidade cultural e as tradições distintivas das comunidades anfitriãs.

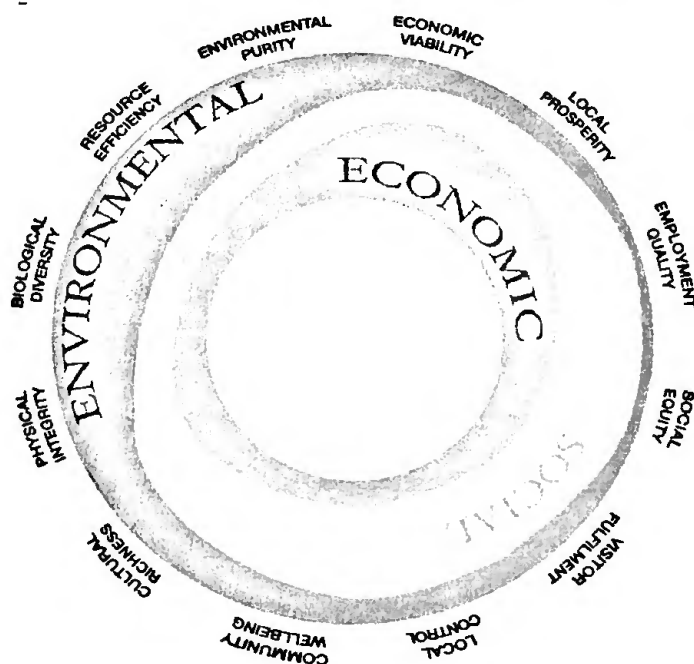
O nono ponto refere-se à integridade física e chama a atenção para a valorização e conservação das paisagens urbanas e rurais, afim de evitar a degradação visual a física do ambiente.

A biodiversidade, décimo aspecto, apoia a manutenção de áreas naturais, dos habitats e da vida selvagem para minimizar os impactos negativos.

O penúltimo tema atende à eficiência de recursos de forma a minimizar o uso de recursos não renováveis para o desenvolvimento das infra-estruturas do turismo e seus serviços.

O último tema, protecção ambiental, promove a minimização da poluição do ar, terra e água e a produção de lixos por empresas do turismo e visitantes.

Ilustração 2 – Relação entre os doze temas e os pilares da sustentabilidade



Fonte: *Making Tourism More Sustainable, A Guide for Policy Makers*, Organização Mundial de Turismo/Programa das Nações Unidas para o Ambiente, Madrid, 2005

Conforme se mostra na Ilustração 2, a viabilidade do turismo está fortemente dependente da manutenção da qualidade ambiental do destino. Atingir as expectativas e desejos dos turistas e proporcionar-lhes novas oportunidades e experiências, são requisitos

importantes para a sustentabilidade económica. Segundo a OMT, o bem-estar das comunidades locais é, muitas vezes, encarado sob o ponto de vista social, mas está fortemente relacionada com a correcta gestão ambiental dos recursos, como por exemplo o acesso a água potável. A qualidade de emprego, a equidade social e o alívio da pobreza estão intimamente relacionados com sustentabilidade económica e social.

4.4 União Europeia: uma agenda para a sustentabilidade do turismo

As preocupações relacionadas com o papel do turismo e a sustentabilidade social têm sido uma das preocupações dos Estados Membro da União Europeia (U. E.). Em Novembro de 2007, o Conselho da E. U. sobre Competitividade (Mercado Interno, Indústria e Investigação) considerou “que o turismo sustentável constitui um instrumento necessário para ajudar à regeneração e ao desenvolvimento económico dos destinos turísticos, especialmente nas zonas sensíveis, como, por exemplo, as regiões insulares e remotas, contribuindo para o aumento da qualidade de vida das comunidades acolhidas e de acolhimento e preservando simultaneamente o património natural e cultural da Europa”³³.

Nesta ocasião foi reafirmada a “Agenda para um Turismo Europeu Sustentável e Competitivo”³⁴ elaborada pela Comissão das Comunidades Europeias que aborda nove questões. A primeira delas, adoptar uma abordagem global e integrada, refere que “todas as formas de impacto geradas pelo turismo deverão ser tidas em conta no seu planeamento e desenvolvimento. Além disso, o turismo deverá ser equilibrado e formar um conjunto coerente com todas as actividades que afectam a sociedade e o ambiente”.

³³ Ver comunicado de imprensa 14865/07 (Presse 259) do Conselho da União Europeia, Bruxelas.

³⁴ Agenda para um Turismo Europeu Sustentável e Competitivo (2007), Comissão das Comunidades Europeias, Bruxelas

Segundo a Comissão é necessário planear a longo prazo de forma a "assegurar um desenvolvimento sustentável significa salvaguardar as necessidades não apenas da nossa própria geração mas das gerações futuras. O planeamento a longo prazo supõe uma capacidade para conduzir as acções ao longo do tempo".

Alcançar um bom ritmo de desenvolvimento que reflecta e respeite "as características, os recursos e as necessidades das comunidades e dos destinos de acolhimento" e envolva todas as partes interessadas numa abordagem sustentável que exija "uma participação ampla e empenhada na tomada de decisão e na aplicação prática de todas as entidades implicadas nos resultados", são outros temas da agenda europeia.

De acordo com a Comissão, deve-se utilizar os melhores conhecimentos disponíveis e "as políticas e as acções deverão basear-se nos conhecimentos mais recentes e avançados", acrescentando que "as informações sobre as tendências e o impacto do turismo, bem como as competências e a experiência adquirida, deverão ser partilhadas por toda a Europa".

A aplicação do princípio da precaução na minimização e gestão de riscos é defendida na referida agenda: "sempre que haja incertezas sobre os resultados, deverá ser realizada uma avaliação exaustiva e devem ser adoptadas medidas preventivas para evitar qualquer prejuízo para o ambiente ou a sociedade".

Outro princípio da Agenda é repercutir o impacto nos custos, segundo o qual o utilizador ou poluidor pagador: "os preços deverão reflectir os custos reais da sociedade de consumo e das actividades de produção", o que "terá implicações, não apenas a nível da poluição, mas também na utilização de equipamentos com custos significativos de gestão".

“Fixar e respeitar limites, quando necessário” é outro tema focado no documento, segundo o qual “a capacidade de carga de cada sítio específico e das áreas mais vastas deverá ser identificada, para que seja possível limitar, onde e quando apropriado, a dimensão do desenvolvimento turístico e o volume dos fluxos turísticos”.

Finalmente, a Comissão apela à monitorização permanente: “a sustentabilidade implica compreender as diferentes formas de impacto e vigiar permanentemente esses efeitos, a fim de introduzir as mudanças e melhorias necessárias”.

Os objectivos expostos na referida agenda tem como pressupostos o reconhecimento do desafio colocado pela sustentabilidade por parte de diversas entidades estando a trabalhar no sentido de melhorar o seu desempenho. “Apesar destes esforços, são precisos mais progressos. Para alcançarem resultados mais significativos, as actuais e futuras iniciativas deverão unir os seus esforços e agir em conjunto, de uma forma mais visível e sinérgica”.

A Agenda procura desenvolver esse processo, com base no voluntariado e na continuidade, abrangendo os diferentes níveis dos governos (autoridades locais, organismos de gestão dos destinos turísticos, regiões e os Estados-Membros) e da própria Comissão Europeia, das empresas, dos turistas e de todas as outras entidades susceptíveis de estimular, apoiar e influenciar o turismo.

4.5 Emergência do turismo responsável

Cada vez mais, o adjectivo “sustentável” tem vindo a ser substituído por “responsável”. Efectivamente, a expressão “turismo sustentável” é uma redundância porque se, por natureza e condição, o turismo não assumir a perspectiva de prazo que se implica no

desenvolvimento de qualidade de vida, não terá possibilidade de sobrevivência. No idioma francês, diz-se "tourisme durable", o que remete para a duração no tempo. O compromisso do sector com o desenvolvimento sustentável é uma estratégia inevitável. A concepção de uma nova ética para o turismo, apoiada no conceito de sustentabilidade, supõe uma reflexão actual que tem impacto sobre padrões de consumo e desenvolvimento do sector. A perspectiva de o volume de viagens internacionais crescer até 2020 exclui por si políticas desenquadradas de uma estratégia sustentável a longo prazo. Noutros termos, o turismo é sustentável, ou não é.

Nos últimos anos, as preocupações ambientais, decisivas para a qualidade de vida tem acentuado a realidade segundo a qual não se tem a "posse" do ambiente. Nenhum país tem a exclusividade do ambiente que a todos afecta. Este aspecto apela para uma visão holística e sistémica e pode ser um forte factor de cooperação entre os Estados e Regiões. A consciência dos decisores e actores políticos e sociais têm vindo a denotar preocupações ao nível mundial e global no domínio do ambiente. Neste sentido, multiplicam-se as declarações e as iniciativas internacionais, tentando comprometer os Estados em objectivos comuns de protecção do ambiente e, por esta via, da vida humana.

O Protocolo de Quioto³⁵ (Japão) é uma referência a este nível. Este documento foi assinado em 1997, no qual a maioria das nações concordou em reduzir as emissões de gases que ameaçam a camada de ozono.

O Protocolo de Quioto estabeleceu metas para a redução da emissão de gases poluentes que intensificam o "efeito estufa", com destaque para o CO₂. A ratificação do Protocolo de Quioto pelos países registou algumas dificuldades porque exige a necessidade de se procederem a mudanças na matriz energética. O documento exige compromissos mais rígidos aos países no sentido de reduzirem as emissões de gases que provocam o efeito estufa,

³⁵ O Protocolo de Quioto é consequência de uma série de eventos iniciada com a Toronto Conference on the Changing Atmosphere, no Canadá (outubro de 1988), seguida pelo IPCC's First Assessment Report em Sundsvall, Suécia (Agosto de 1990) e que culminou com a Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre as Alterações Climáticas (CQNUAC ou UNFCCC em inglês) na ECO-92 no Rio de Janeiro, Brasil (Junho de 1992). Também reforça secções da CQNUAC.

causa do aquecimento global, tendo entrado em vigor em 16 de Fevereiro de 2005, depois da Rússia o assinar em Novembro de 2004.

Os elevados custos recaem, principalmente, sobre os países desenvolvidos, em especial os Estados Unidos. O presidente norte-americano, George W. Bush, declarou então que não iria submeter o avanço da economia norte-americana aos sacrifícios necessários à implementação das medidas propostas, motivo pelo qual não ratificou o Protocolo.³⁶

No Protocolo propõe-se que os países desenvolvidos têm a obrigação de reduzir, entre 2008 e 2012, a emissão de gases em, pelo menos, 5,2% em relação aos níveis de 1990. Para muitos países, como os membros da UE, corresponde a 15% abaixo das emissões esperadas para 2008.

A redução das emissões deverá acontecer em várias actividades económicas. O Protocolo sugere a cooperação entre os países signatários, através de algumas acções básicas:

Reformar os sectores de energia e transportes;

Promover o uso de fontes energéticas renováveis;

Eliminar mecanismos financeiros e de mercado inapropriados aos fins da Convenção;

Limitar as emissões de metano na gestão de resíduos e dos sistemas energéticos;

Proteger florestas e outros absorventes de carbono.

Se o Protocolo de Quioto for implementado com sucesso, estima-se que deva reduzir a temperatura global entre 1,4°C e 5,8°C até 2100, o que dependerá das negociações

³⁶ Os EUA acabaram por aderir ao protocolo em Dezembro de 2008, durante a Conferência da ONU sobre Alterações Climáticas realizada em Bali, Indonésia.

pós período 2008/2012, pois há comunidades científicas que afirmam que a meta de redução de 5,2% em relação aos níveis de 1990 é insuficiente para a diminuição do aquecimento global.

As preocupações ambientais e a defesa dos recursos do planeta são aspectos que caracterizam o turismo responsável. Segundo Jong, os milhões de turistas, “embaixadores de boa vontade”, devem ser capacitados e ser educados no sentido da defesa do crescimento sustentado e protecção ambiental, de forma a contribuírem para o bem-estar do planeta. Estes serão os turistas responsáveis que assumirão uma nova atitude e comportamento em toda a cadeia e processos do turismo. Caso contrário, promoverão a sua destruição (Jong, Anexo 19).

4.6 Código Mundial de Ética do Turismo

No capítulo 30 (Fortalecimento do papel do comércio e da indústria) da Agenda 21, resultante da ECO 92, recomenda-se a adopção de códigos de conduta que promovam a actuação responsável destes agentes no desenvolvimento económico e social. Neste sentido, o Código Mundial de Ética do Turismo (CMET) é uma referência para o desenvolvimento responsável e sustentável do turismo, sendo adoptado por muitos actores sociais, políticos, económicos e culturais que, de alguma forma, intervêm nos processos do sector. Aprovado pela OMT, a 1 de Outubro de 1999, durante a Assembleia-Geral realizada no Chile, o texto inspirou-se em numerosas declarações e códigos profissionais similares, aos quais associou as novas ideias que reflectem a alteração dos paradigmas em relação ao desenvolvimento, ambiente e turismo³⁷.

³⁷ A preparação do Código resulta de uma decisão na Assembleia-Geral da OMT, em Istambul, em 1997. Nos dois anos seguintes, constituiu-se um Comité Especial para preparar o Código Mundial de Ética do Turismo, tendo como base um documento preliminar que foi elaborado pelo Secretário Geral e o Conselheiro Jurídico da OMT, posterior à consultas feitas ao Conselho Empresarial, às Comissões Regionais e ao Conselho Executivo da Organização. A Comissão das Nações Unidas para o Desenvolvimento Sustentável, reunida em Nova Iorque em Abril de 1999, aprovou o conceito do Código e pediu à OMT que solicitasse novas sugestões ao sector privado, às organizações não governamentais e às organizações sindicais. Foram recebidas contribuições por parte de mais de 70 Estados Membros da OMT e de outras entidades. Fruto de ampla consulta, o Código inspirou-se em documentos como: Declaração dos Direitos do Homem, Convenção de Chicago, Declaração de Manila, Declaração do Rio, Convenção sobre a Biodiversidade e Declaração de Estocolmo. Ele acrescenta novas recomendações a outros documentos que constituíram marcos para o sector, como a

O Código Mundial de Ética do Turismo segundo o secretário-geral da OMT, Francesco Frangialli, "é um instrumento necessário à redução dos efeitos negativos do turismo no meio ambiente e no património cultural"³⁸, e ao desenvolvimento e disseminação dos benefícios pelo residentes nos destinos turísticos.

O CMET enuncia as "regras do jogo" e abrange todos os actores com incidência no turismo: destinos, governos, operadores turísticos, promotores, agentes de viagens, empregados e os próprios turistas.

Na declaração de aprovação do Código, os membros da OMT reafirmam o papel decisivo e central, reconhecido a esta Organização pela Assembleia-Geral das Nações Unidas, "na promoção e desenvolvimento do turismo, visando contribuir para a expansão económica, a compreensão internacional, a paz e a prosperidade dos países, bem como para o respeito universal e a observância dos direitos do homem e das liberdades fundamentais, sem distinção de raça, sexo, língua ou religião"³⁹.

Mais adiante sublinham a convicção segundo a qual, "por permitir contactos directos, espontâneos e imediatos entre homens e mulheres de culturas e modos de vida diferentes, o turismo representa uma força viva a serviço da paz, bem como um factor de amizade e compreensão entre os povos do mundo"⁴⁰.

Por outro lado, os membros da OMT reafirmam os princípios de "conciliar de forma sustentável a protecção ambiental, o desenvolvimento económico e a luta contra a pobreza"⁴¹ e consideram que "o crescimento rápido e contínuo, não só passado como o previsível, da actividade turística, resultante de motivações de lazer, negócios, cultura, religião ou saúde"

Declaração de Manila, aprovada pela OMT em 1985, na qual já se expressavam preocupações com valores do turismo ao nível social, cultural, político, económico e ambiental.

³⁸ Ver em http://www.unwto.org/code_ethics/sp/global.htm

³⁹ Ver em http://www.unwto.org/code_ethics/pdf/languages/Portugal.pdf

⁴⁰ Idem

⁴¹ Ibidem

produz “poderosos efeitos, positivos e negativos, no meio ambiente, na economia e na sociedade dos países emissores e receptores de fluxos turísticos, nas comunidades locais e populações autóctones e nas relações e trocas internacionais”⁴².

Neste sentido, o Código tem “por finalidade promover um turismo responsável e sustentável, acessível a todos, no exercício do direito que qualquer pessoa tem de utilizar o seu tempo livre em lazer ou viagens e no respeito pelas escolhas sociais de todos os povos”⁴³.

De acordo com o texto da resolução “a indústria turística mundial, no seu conjunto, tem muito a ganhar ao desenvolver-se num meio que favoreça a economia de mercado, a empresa privada e a liberdade de comércio, permitindo-lhe otimizar os seus efeitos benéficos em termos de criação de actividade e empregos”⁴⁴.

Os membros da OMT consideram que “respeitados alguns princípios e observadas certas regras, um turismo responsável e sustentável não resulta incompatível com a crescente liberalização das condições reinantes no comércio de serviços e ao abrigo das quais operam as empresas deste sector, sendo possível, neste domínio, conciliar a economia e ecologia, ambiente e desenvolvimento, e abertura às trocas internacionais e protecção das identidades sociais e culturais”⁴⁵.

Para a OMT, “todos os agentes do desenvolvimento turístico - administrações nacionais, regionais e locais, empresas, associações profissionais, trabalhadores do sector, organizações não-governamentais e outros organismos da indústria turística - bem como as comunidades receptoras, os órgãos de informação e os próprios turistas, exercem responsabilidades diferenciadas, mas interdependentes, na valorização individual e social do

⁴² Ibidem

⁴³ Ibidem

⁴⁴ Ibidem

⁴⁵ Ibidem

turismo, e que a identificação dos direitos e deveres de cada um contribuirá para a realização deste objectivo⁴⁶.

A cooperação também é considerada um factor essencial. Não só ao nível da colaboração entre os sectores públicos e privados do desenvolvimento turístico, mas também ao nível das "relações entre países emissores e receptores e seus respectivos sectores turísticos"⁴⁷.

O CMET baseia-se no "direito ao turismo e à liberdade de circulação de pessoas" e promove "uma ordem turística mundial, equitativa, responsável e sustentável, em benefício mútuo de todos os sectores da sociedade, num contexto de uma economia internacional aberta e liberalizada."⁴⁸

Os primeiros nove artigos do Código são dirigidos a governos, comunidades receptoras e demais actores envolvidos com a actividade turística: (art. 1) contribuições do turismo à compreensão e ao respeito mútuo entre homens e sociedades; (art. 2) o turismo, vector de crescimento pessoal e colectivo; (art.3) o turismo, factor de desenvolvimento sustentável; (art. 4) o turismo, usuário do património cultural da humanidade, contribuindo para o seu enriquecimento; (art. 5) o turismo, actividade benéfica para os países e comunidades receptoras; (art. 6) obrigações dos actores do desenvolvimento turístico; (art. 7) direito ao turismo; (art. 8) liberdade para deslocações turísticas; (art. 9) direitos dos trabalhadores e empresários da indústria turística.

No artigo décimo, que tem por tema a implementação dos princípios do Código Mundial de Ética do Turismo, o documento prevê um mecanismo para a regulação de litígios quanto à aplicação do referido código, propondo a criação de um Comité Mundial de Ética do Turismo. De acordo com Frangialli "é a primeira vez que num código deste tipo é dotado de

⁴⁶ Ibidem

⁴⁷ Ibidem

⁴⁸ Ibidem

semelhante mecanismo de aplicação”⁴⁹. E acrescenta: “este mecanismo será fundamentado na conciliação, por intermédio de um Comité Mundial de Ética do Turismo, que será constituído por representantes de cada uma das regiões do mundo e de cada um dos grandes grupos de agentes do sector turístico: governos, sector privado, trabalhadores e organizações não governamentais (ONG's)”⁵⁰.

Em reforço deste código de ética, Dawid de Villiers afirma que existem sinais claros segundo os quais o consumo e o estilo de vida estão a prejudicar o ambiente e os eco-sistemas que suportam o planeta e que, a prazo, conduzem à sua insustentabilidade (Villiers, Anexo 18). Para este especialista, o referido código contribui como base de trabalho para que a cooperação internacional use a força do turismo de forma mais eficiente no combate às tendências que levam à insustentabilidade (Villiers, Anexo 18). Para Villiers, os valores do CMET e da Declaração do Milénio são na sua essência os mesmos.

4.7 Conferência de Davos

Na sequência de Quioto realizou-se em Outubro de 2007, a Conferência de Davos⁵¹ (Suíça) que assinala a adopção institucional do conceito de turismo responsável. Segundo os participantes⁵², o sector do turismo ocupa um lugar importante, por seu valor económico e social na escala mundial e no seu papel no desenvolvimento sustentável devido às suas estreitas relações com o clima.

⁴⁹ Ver em http://www.unwto.org/code_ethics/sp/global.htm

⁵⁰ Idem

⁵¹ Segunda conferência internacional sobre as alterações climáticas e o turismo, em Davos (Suíça), entre 1 e 3 de Outubro de 2007. Essa reunião baseou-se nos resultados da primeira conferência internacional organizada em Djerba (Tunísia) em 2003, e congregou 450 participantes de mais de 80 países internacionais e 22 organismos, organizações e companhias do sector privado, centros de pesquisa, organizações não governamentais, para debaterem o impacto das mudanças climáticas nas actividades turísticas.

⁵² O autor da presente tese foi um dos participantes nesta conferência na qualidade de consultor independente.

Na Declaração de Davos, os participantes concordaram em considerar o turismo como um sector muito sensível aos efeitos das alterações climáticas, considerando o clima um recurso essencial para o seu desenvolvimento. Estima-se que o sector contribua em 5% para as emissões de CO₂ a nível mundial. Por outro lado, sublinharam que os negócios envolvidos no turismo e recreio continuarão a ser uma componente fundamental da economia mundial e uma actividade importante para a realização dos objectivos de desenvolvimento consagrados nos Objectivos de Desenvolvimento do Milénio (ODM). Na mesma Declaração, e reforçando a importância do turismo nos desafios mundiais que se colocam ao nível das alterações climáticas e na redução da pobreza, os países concordaram ser urgente e necessário adoptar uma série de medidas que promovam um turismo “verdadeiramente sustentável” que reflecta resultados nos aspectos ambientais, sociais, económicos e climáticos.

No documento final, refere-se que o sector do turismo deve “responder rapidamente à mudança climática”, tendo sido propostas as seguintes medidas tendentes a reduzir progressivamente as descargas de gás através da “mitigação” das suas emissões provocadas pelo transporte e pelo alojamento, adaptação das organizações e dos destinos turísticos às mudanças climáticas, à aplicação de novas tecnologias de forma a aumentar a eficácia da utilização da energia e desenvolvimento da ajuda financeira às regiões e países pobres.

A Conferência de Davos concluiu que os governos e organizações internacionais devem desenvolver o turismo de acordo com os compromissos assumidos no âmbito da convenção sobre as Alterações Climáticas (Quioto), atendendo aos objectivos propostos para 2012 em relação às alterações climáticas. Dar prioridade às actividades concretas de mitigação, adaptação, de desenvolvimento tecnológico e de financiamento compatíveis com os ODM, são outras das políticas aconselhadas pela Conferência de Davos. Promover um “desenvolvimento limpo” dos destinos turísticos especialmente os dos países menos desenvolvidos e das regiões insulares e fomentar a todos os níveis, associações, redes e sistemas de troca de conhecimento

e informação de modo interdisciplinar são outras medidas consideradas essenciais para o desenvolvimento sustentável do turismo.

A cooperação internacional no desenvolvimento de estratégias, políticas e programas de acção para reduzir as emissões de gases nos transportes, alojamentos e outras actividades que se relacionam com o sector turístico é também um objectivo apontado na referida conferência.

Outras medidas: introduzir programas de instrução e sensibilização de todos os agentes, públicos e privados, não só do lado da oferta como do lado da procura; criar serviços regionais e locais de informação sobre o clima e as suas mudanças; aplicar, entre outras, medidas de política legislativa, económica, gestão, formação e ensino, de investigação, de modo a promover processos de mitigação eficazes, entre outras.

Sobre o sector e os destinos turísticos, a Conferência de Davos considera que as preocupações ambientais implicam-se em toda a cadeia de valor e, por outro lado, sublinha a necessidade de fomentar e investir em programas turísticos que envolvam energias renováveis por forma a reduzir a emissão de CO₂ do sector. O turismo deve ser integrado nas estratégias regionais, nacionais e locais de mitigação e adaptação às alterações climáticas.

Em Davos, considerou-se que a conservação da diversidade biológica, dos ecossistemas naturais e das paisagens reforçam a resistência à mudança climática e garantem o uso sustentável a longo prazo dos recursos naturais do turismo. O novo turismo passa pela concepção de actividades, ajustáveis às reacções do mercado, mas ao mesmo tempo que contribuam para a redução das emissões de CO₂. Efectivamente, a oferta baseada em factores e sistemas de sustentação ambiental prolongam o ciclo de vida dos destinos e favorecem a sustentabilidade do mercado turístico.

Em relação aos consumidores, a Conferência de Davos aponta o desenvolvimento da sua consciência enquanto turistas, incentivando a consideração dos factores climáticos, económicos, sociais e ambientais e as repercussões das suas opções no desgaste dos destinos, desenvolvendo atitudes de respeito pelo ambiente que contribuem para a redução da emissão de carbono, a conservação da natureza e do património cultural. Ao nível da formação e do conhecimento, defende-se a criação de redes de investigação e comunicação, assim como a introdução dos temas climáticos e ambientais nos programas de ensino e formação em turismo.

O entendimento segundo o qual o turismo é uma “ferramenta” do desenvolvimento com elevada importância económica para os povos, que integra diversos recursos, entre os quais se evidenciam os ambientais e climáticos, faz das actividades turísticas um importante processo de conhecimento holístico ao nível antropológico e cosmológico.

4.8 Novos desenvolvimentos

Novos desenvolvimentos do paradigma do turismo responsável, nomeadamente o contributo do World Travel & Tourism Council (WTTC)⁵³, tornam este conceito mais abrangente. Na reunião do Dubai, realizada entre 20 e 22 de Abril de 2008, os participantes sublinharam o carácter global do impacto que o turismo e as viagens proporcionam, acentuando que viajar é um direito humano como a liberdade e algo fundamental para a vida humana como a alimentação. Trata-se de um fenómeno cada vez mais significativo para as sociedades, passando a constituir uma das suas necessidades básicas.

Neste sentido, apela-se para a alteração das prioridades e das perspectivas globais ao nível económico, político e social. Também se acentua o carácter antropológico do turismo

⁵³ Ver em www.globaltraveltourism.com

responsável, não só através do desenvolvimento tecnológico, mas também pela criatividade humana para inovar e encontrar, de forma responsável, respostas aos novos desafios globais.

Ao nível do turismo responsável, é cada vez mais vital uma visão criativa no planeamento, investimento, cooperação e no estabelecimento de parcerias. Neste sentido, os Estados têm um papel a desempenhar, nomeadamente ao nível das infra-estruturas necessárias ao desenvolvimento sustentado e à preservação do ambiente, tendo em consideração o novo carácter do turismo como necessidade básica do ser humano.

5. Cooperação: da crise ao consenso

A cooperação entre Estados é realizada, essencialmente, através da Ajuda Pública ao Desenvolvimento (APD) que se efectiva por diversas formas. Podemos agrupá-las em fluxos públicos, donativos das Organizações Não Governamentais (ONG) e fluxos privados. No primeiro grupo, encontra-se a APD, bilateral ou multilateral — como a cooperação técnica, ajuda alimentar, alívio da dívida, etc.) — e Outros Fluxos Oficiais (OFO) — como empréstimos, créditos à exportação, ou outras transacções que não têm o desenvolvimento como principal objectivo; no segundo grupo é composto pelos fundos próprios daquelas organizações; no terceiro, integram-se as transacções realizadas por empresas e indivíduos dos países doadores — investimento directo, empréstimos bancários, créditos privados à exportação, etc..

Para o nosso trabalho que trata da cooperação institucional importa, sobretudo, a APD que desde os anos 70 foi definida pelo Comité de Apoio ao Desenvolvimento (CAD) da OCDE nestes termos⁵⁴:

⁵⁴ Afonso, Maria Manuela e Fernandes, Ana Paula (2005), *abCD Introdução à Cooperação para o Desenvolvimento*, Instituto Marquês de Valle Flor e OIKOS, Lisboa

“Ser canalizados pelo sector público (incluindo organismos regionais ou locais);

Contribuir para promover o desenvolvimento económico e melhorar o nível de vida dos países receptores a longo prazo;

Constituir uma transferência de recursos na forma de donativo ou empréstimos em condições mais favoráveis que as do mercado;

O país beneficiário deve constar da lista dos países em desenvolvimento elaborada pelo CAD” (Afonso, 2005:17).

Entre os instrumentos da cooperação, temos a cooperação técnica, a cooperação financeira, a ajuda projecto, a ajuda programa, o apoio à balança de pagamentos, as operações de alívio da dívida, o apoio às importações, apoio ao orçamento, apoio sectorial, ajuda humanitária, ajuda alimentar, entre outras formas.

A APD registou algumas dificuldades devido às mudanças políticas, sociais e económicas. Não obstante, ter como primeira finalidade a luta contra a pobreza, a realidade é que a cooperação se tornou um instrumento do jogo político entre blocos de forma a assegurar a sua influência. Com a dissolução dos blocos e a emergência da globalização, evidenciaram-se as disparidades entre pobres e ricos e a necessidade de integração das economias.

Outros factores contribuíram para a crise da cooperação como seja a situação económica dos países doadores que levou à contenção das despesas para equilibrar as contas públicas e a revisão dos fundamentos e da doutrina da cooperação que se tornou inevitável com as mudanças internacionais.

Após a APD ter entrado em crise nos anos oitenta, registando inclusive uma redução dos apoios, na década de noventa realizaram-se uma série de encontros internacionais na busca de um consenso ao nível da cooperação internacional.

Desse consenso foram sintetizados, em Setembro de 2000, os Objectivos de Desenvolvimento do Milénio (ODM), que se tornaram o principal foco orientador da cooperação internacional.

5.1 Objectivos de Desenvolvimento do Milénio (ODM)

Com a Declaração do Milénio, como também são conhecidos os ODM, os Estados Membros da Assembleia-Geral das Nações Unidas, recentraram a cooperação internacional e lançou as bases das relações internacionais no século XXI. Os chamados Objectivos de Desenvolvimento do Milénio (ODM), a serem atingidos num prazo de 25 anos, deram novo impulso às questões do desenvolvimento, com a identificação dos desafios centrais enfrentados pela humanidade. Os ODM são os seguintes:⁵⁵

1. Erradicar a pobreza extrema e a fome
2. Alcançar a educação primária universal
3. Promover a igualdade do género e capacitar as mulheres
4. Reduzir a mortalidade infantil
5. Melhorar a saúde materna
6. Combater o HIV/SIDA, a malária e outras doenças
7. Assegurar a sustentabilidade ambiental
8. Desenvolver uma parceria global para o desenvolvimento

Conforme se afirma no documento “Uma Visão Estratégica para a Cooperação Portuguesa”⁵⁶, a Declaração do Milénio “constitui um marco fundamental na história internacional da cooperação para o desenvolvimento” (IPAD, 2006:16). Mais adiante: “os Objectivos de Desenvolvimento do Milénio (ODM), que têm desde então funcionado como

⁵⁵ Ver em <http://www.un.org/millennium/declaration/ares552e.pdf>

⁵⁶ Uma Visão Estratégica para a Cooperação Portuguesa (2006), Instituto Português de Apoio ao Desenvolvimento, Lisboa

elemento agregador e sintetizador de uma multiplicidade de metas, as quais vêm sendo enquadradas nos programas de actividades dos doadores internacionais.” (IPAD, 2006:16).

De acordo com o referido documento, “tais metas apresentam também um calendário de actuação e indicadores mensuráveis que os diferentes Estados, beneficiários e doadores, se comprometeram a observar.” (IPAD, 2006:16).

A convergência internacional da cooperação entre Estados tem proporcionado a reestruturação das “suas políticas de cooperação para que as questões de eficácia se sobreponham a outro tipo de considerações na afectação da ajuda pública ao desenvolvimento.” (IPAD, 2006:17). De acordo com o mesmo documento, “três tipos de medidas têm dominado os esforços internacionais: a harmonização das políticas dos doadores, o alinhamento das políticas dos doadores com as dos beneficiários e o desligamento da ajuda.” (IPAD, 2006:17).

O movimento de harmonização das políticas de cooperação internacionais “aponta para a convergência de esforços nas diferentes políticas de cooperação, com os objectivos de reduzir a duplicação de esforços, aumentando a sua complementaridade; racionalizar e simplificar os procedimentos dos doadores para permitir maior interacção entre as diferentes iniciativas; aumentar a coerência e coordenação entre os doadores.” (IPAD, 2006:17).

À Declaração do Milénio sucederam-se um conjunto de conferências internacionais, nomeadamente a Conferência sobre o Financiamento do Desenvolvimento que teve lugar, em Março de 2002, em Monterrey. O chamado Consenso de Monterrey veio, por um lado, reafirmar o empenho da comunidade doadora e dos países beneficiários da ajuda na procura de fontes de financiamento inovadoras e alternativas, na criação de um novo espírito de parceria e de um novo conceito de cooperação para o desenvolvimento, baseando-se numa abordagem holística – colocando a tónica na relação entre o comércio, o financiamento e o desenvolvimento. Significou, por outro lado, a renovação da vontade política da comunidade de doadores relativamente aos ODM, com especial destaque para o alívio da pobreza.

5.2 O consenso de Monterrey

Na Cimeira para o Financiamento para o Desenvolvimento, realizada em 2002 (Monterrey), fez do desenvolvimento sustentado âncora da cooperação e permitiram “o consenso relativamente à necessidade de uma resposta global e integrada entre países desenvolvidos e em desenvolvimento” (IPAD, 2006:17).

Neste fórum internacional, “a discussão essencial centrou-se na erradicação da pobreza e na promoção do desenvolvimento sustentável através da mobilização e utilização mais eficaz dos recursos financeiros de forma a atingir os ODM” (IPAD, 2006:17). O consenso de Monterrey sobre a cooperação internacional abrange seis áreas “consideradas fundamentais para o futuro das economias dos países em desenvolvimento (PED) e dos países com economias em transição:

Aumentar a mobilização de recursos financeiros;

Aumentar os fluxos de investimento privado internacional e ampliar a sua distribuição geográfica;

Alargar o acesso aos mercados e assegurar regimes comerciais justos e equitativos

Reforçar a Ajuda Pública ao Desenvolvimento (APD)

Resolver problemas difíceis da dívida dos países em desenvolvimento;

Aumentar a coerência das estruturas financeiras mundiais e regionais e promover a justa representação dos países em desenvolvimento no processo de tomada de decisões ao nível internacional” (Afonso, 2005:15).

Na reunião, reconheceu-se que “a principal responsabilidade pelo incremento do desenvolvimento é da competência dos governos dos próprios países” (Afonso, 2005:15).

O desenvolvimento sustentado, o ambiente e as alterações climáticas, são aspectos que caracterizam a actual cooperação entre Estados. Os atentados de 11 de Setembro de 2001

e os acontecimentos que se lhes seguiram, vieram também associar a segurança e a estabilidade como aspectos da cooperação internacional.

O novo contexto internacional da cooperação para o desenvolvimento baseia-se actualmente nos seguintes aspectos: “parcerias internacionais orientadas para uma acção multilateral integrada promovendo o desenvolvimento, a segurança e os direitos humanos; os Objectivos de Desenvolvimento do Milénio (ODM) no cerne das parcerias internacionais; uma orientação das instituições e dos mecanismos financeiros internacionais vocacionados para o Desenvolvimento”⁵⁷ (IPAD, 2006:15).

O consenso internacional baseia-se nos seguintes princípios: “promover uma globalização inclusiva e participada; uma mais intensa coordenação multilateral; redobrados esforços de harmonização e coerência de políticas entre doadores; apoiar a integração económica internacional dos países em desenvolvimento, através das estratégias destinadas a fomentar a competitividade económica” (IPAD, 2006:15).

No documento a que nos referimos, escreve-se que “toda a comunidade internacional é presentemente confrontada com a necessidade de lidar com movimentos de globalização das trocas, comunicações, transportes e outros fluxos, a par de uma crescente integração ou, pelo menos, cooperação intensificada a nível regional”. (IPAD, 2006:15). Sublinha-se ainda: “O desenvolvimento e o progresso internacional neste contexto dependem sobretudo da capacidade de encontrar, nos espaços internacionais a que cada país pertence, o caminho para a inserção saudável e equilibrada na economia mundial” (IPAD, 2006:15).

⁵⁷ *“Uma Visão Estratégica para a cooperação Portuguesa”*, Instituto Português de Apoio ao Desenvolvimento, Lisboa, 2006

A cooperação multilateral é considerada “uma via privilegiada para permitir uma convergência de esforços no sentido da promoção do desenvolvimento sustentável universal, alicerçando a globalização numa base mais justa e contribuindo para diluir alguns dos novos riscos e ameaças” (IPAD, 2006:16).

Actualmente, a cooperação internacional para o desenvolvimento tem como principais motivos os aspectos éticos, morais e humanitários, os interesses económicos e políticos e, mais recentemente, as questões relacionadas com a paz e segurança. Neste último domínio, o relatório *A Segurança Humana, Agora*, publicado em 2003, pela Comissão Segurança Humana da ONU, chama a atenção “para o facto de a privação ser uma das grandes causas de violência” (IPAD, 2006:20) e que “a cooperação para o desenvolvimento constitui um instrumento de reforço da segurança humana, e por conseguinte da segurança internacional” (IPAD, 2006:20).

A cooperação deveria ser “um quadro global para a ajuda ao desenvolvimento, num determinado país, que estabelecesse um consenso de trabalho entre o governo e as agências de desenvolvimento, sobre os objectivos e estratégias, e acordos sobre fóruns, regras, calendários para gerir o diálogo entre as agências de desenvolvimento e o Governo” (OCDE, 2002, *Framework for development cooperation: good practice paper*, citado por Afonso, 2005:57).

Neste sentido, o conceito de cooperação tem vindo a ser alterado no sentido de abandonar visões exclusivamente economicistas, “em benefício de concepções plurais de desenvolvimento”⁵⁸ (Mosley e Alonso, 1999:13).

⁵⁸ Mosley, Paul e Alonso, José António (1999), “*La Eficácia de la Cooperación Internacional al Desarrollo: Evaluación de la Ayuda*”, Civitas Ediciones S. L., Madrid.

A assumpção do turismo como órgão de desenvolvimento implica a cooperação entre Estados, baseada na visão holística do homem e do mundo. Neste domínio também os paradigmas estão em mudança. A persistência de situações de pobreza, a escassez de recursos e as questões ambientais, associadas as mudanças geopolíticas, criaram uma situação crítica para a ajuda ao desenvolvimento.

6. Perspectiva do turismo na cooperação

Com o novo entendimento do que seja a cooperação internacional para o desenvolvimento e a emergência do papel charneira do turismo tanto ao nível económico, social e humano, que papel pode assumir um dos sectores mais dinâmicos da sociedade globalizada? Apesar do consenso generalizado em relação as vantagens das actividades turísticas para o progresso das comunidades, o certo é que se levantam algumas questões que obstruem o seu desempenho. Problemas de ordem política ou de concorrência entre destinos, as polémicas sobre a destruição ambiental, são aspectos que tem vindo a ser ponderados. As dificuldades em se assumir o turismo enquanto instrumento da cooperação para o desenvolvimento também são apontadas por outros especialistas.

Na opinião de Pedro de Almeida, "como actividade económica, o turismo exige colaboração entre regiões e entre países, implica planeamento estratégico, obriga ao estabelecimento de forte entrosamento institucional, impõe acordos de cooperação e de boas práticas, provoca abordagens sectoriais conjuntas e parcerias entre o sector público e o sector privado nos vários níveis de abordagem ao mercado global. A contínua necessidade de aprofundamento e articulação de diferentes políticas entre vários parceiros, tanto ao nível do desenvolvimento macro regional como dos diversos países, referenciam também o turismo como um sector chave para a estruturação de parcerias e de quadros sólidos de cooperação internacional. Atentas a estas realidades são muitas as instituições internacionais e os países

que entendem que os problemas do desenvolvimento económico sustentável passam, incontornavelmente, pelo aproveitamento das potencialidades oferecidas pela rede global da actividade turística. Acreditam que o turismo sendo elemento dinamizador de desenvolvimento económico, funciona também como factor debelador de pobreza e como pilar estrutural na consolidação da segurança e da paz no mundo.” (Almeida, Anexo 7).

Neste sentido, Martin Brackenbury atende ao que designa por “dividendos da paz” que se retiram da actividade turísticas. De acordo com este especialista, a Europa tem uma história recente de conflitos, mas desde os extraordinários movimentos de cidadãos de diferentes países da Europa em lazer e turismo parece inconcebível que semelhantes conflitos venham de novo a ocorrer no futuro. (Brackenbury, Anexo 13). Também Akel Biltaji refere o papel do turismo como “bridging the word”, devido aos fluxos de pessoas que gera. (Biltaji, Anexo 10).

Segundo Jorge Rangel, “o turismo pode, efectivamente, constituir um instrumento útil no desenvolvimento da cooperação entre Estados. No entanto, não é nessa perspectiva que ele é normalmente encarado, visto que as entidades mais directamente envolvidas na promoção turística estão, por razões óbvias, mais interessadas nos importantes benefícios económicos que a actividade turística pode proporcionar, criando emprego e fazendo crescer as receitas que o efeito multiplicador da actividade turística permite ampliar.” (Rangel, Anexo 4).

Licínio Cunha afirma que “só há 20 anos é que o Turismo se generalizou a todos os países e até 1990, muitos deles, não viam com bons olhos ou estabeleciam barreiras à movimentação de pessoas. Quem há 20 anos imaginaria que a China se posicionaria dez anos depois, como o primeiro destino mundial de segunda década do século XXI? Mas não é preciso ir tão longe porque na Europa encontramos exemplos idênticos.” (Cunha, Anexo 5).

No mesmo depoimento, este especialista refere que “há 20 anos, fora da Europa e da América do Norte, o turismo era residual para o resto do mundo. E os países europeus e americanos não viam grande interesse em fortalecer acordos entre si para cooperarem no domínio do turismo. A própria UE recusa atribuir-lhe qualquer prioridade e muito menos um estatuto que o elevasse à dignidade de instrumento de cooperação. No resto do Mundo as condições de desenvolvimento turístico eram poucas e simplesmente inexistentes a todos os níveis (políticos, sociais, materiais e económicos). As excepções eram raras.” (Cunha, Anexo 5).

Neste sentido, o sector turístico via-se preterido nos acordos de cooperação. Outro aspecto decisivo, lembra Licínio Cunha, para a compreensão da utilização do turismo como instrumento de políticas internacionais entre Estados é o turismo ser considerado “na generalidade dos países, como actividade essencialmente privada, mesmo naqueles em cujas economias o Estado ainda mantêm uma forte presença. E não é função destes dar orientações às iniciativas empresariais” (Cunha, Anexo 5).

Esta questão é também referenciada por Jorge Ferraz nestes termos: “há ainda outras questões paradoxais e contraditórias entre si sobre a natureza e alcance da cooperação: Ao se afirmar o primado do privado sobre o turismo que papel cabe ao relacionamento entre Estados? Quando muito há interacção entre Estado e agente económico privado nacional ou estrangeiro. A dimensão de indústria num espaço de mercado aberto concorrencial faz igualmente com que o objectivo principal (e muitas vezes único) dos seus agentes mais importantes seja naturalmente o lucro e não qualquer outra coisa” (Ferraz, Anexo 3).

Mais adiante: “A questão da diplomacia económica, ao aparecer agregada à diplomacia política, pode ser vista como mecanismo de satisfação dos interesses do emissor (mais poderoso) ou fazer do Estado um mero agente de articulação de interesses da indústria do país emissor, o que até pode ser negativo para a imagem junto do país terceiro” (Ferraz, Anexo 3).

Ferraz acrescenta que “os Estados têm aparecido cada vez mais como agentes da globalização e como um movimento social especializado no “político” e não como instituição que represente primordialmente comunidades histórico-culturais” (Ferraz, Anexo 3).

Por outro lado, “as novas perspectivas sobre o turismo que enfatizam a sua capacidade para beneficiar as populações locais envolvem necessariamente as questões da propriedade e da participação na gestão e decisão por parte dos agentes locais (políticos, económicos e sociais e numa dinâmica que ultrapassa a sua canalização pelos Estados centrais” (Ferraz, Anexo 3).

A “ajuda ligada” é um dos aspectos que tem marcado a história da cooperação e que, com a queda dos blocos políticos e a globalização, levaram a um novo consenso internacional. Refira-se ainda que cresce o entendimento segundo o qual países “doadores” e “receptores” passem a estabelecer no âmbito da cooperação para o desenvolvimento relações de parceria. Não obstante, como refere Jorge Ferraz, “dado que o turismo envolve deslocação de pessoas e interacções entre pessoas, as questões relacionadas com o controle policial, repressão ou a segurança, tornam o grau de cooperação muito variado consoante a natureza do regime político dos países em causa e da relação histórica entre as sociedades envolvidas (enquanto emissores e receptores). Além de que, cooperação nesta área pode ser visto como ingerência externa.” (Ferraz, Anexo 3). Ou seja, o turismo pode ser encarado como um contributo para a realização da paz e a pacificação do mundo e, também, um instrumento de domínio político. As actividades turísticas são importante fonte de receita, como por exemplo Cuba e, mais recentemente, a China, onde existem regimes que não respeitam os direitos humanos, entrando em contradição com um os valores que norteiam a cooperação internacional.

Não obstante estes aspectos, Jorge Ferraz defende que “a dimensão global, integrada e complexa do fenómeno obriga por outro lado, à necessidade de planeamento

regional (internacional) o que implica o envolvimento de vários Estados, num esforço cooperativo.” (Ferraz, Anexo 3).

Para Jorge Costa, “os Estados aceitam cooperar em áreas que não sejam consideradas directamente concorrenciais. Porém, se considerarmos a captação de turistas e receitas, é compreensível a dificuldade em estabelecer os limites da cooperação... justificando ao mesmo tempo a dificuldade em definir visões globais para o turismo quando a própria orientação política do governo pode variar nos países cooperantes.” (Costa, Anexo 2).

Para este especialista, “apesar desta constatação, parece-me que a cooperação entre Estados, tendente ao combate à pobreza e ao subdesenvolvimento, pode acontecer desde que essa visão global seja definida por organismos supra governamentais como é o caso da OMT. A cooperação operacional poderá ficar assim na responsabilidade dos países, sem que outras variáveis tenham que ser geridas.” (Costa, Anexo 2).

Para Ludwig Rieder, as lideranças fortes são essenciais para a concepção de boas práticas e modelos e para a sua difusão, assim como para o envolvimento de parceiros de desenvolvimento que encorajem os países em desenvolvimento a aceitá-los (Rieder, Anexo 12).

Tony Wheler salienta que “para além da importância económica, o turismo é uma das melhores formas de contacto e de entendimento entre diferentes povos, sendo um processo biunívoco, o contacto é feito tanto pelo visitante como pelo visitado. Assim, o turismo teria influência na promoção da paz e segurança global, dado favorecer o conhecimento entre os povos de diferentes regiões do mundo. Wheeler sublinha que “em quase todas as situações a percepção que se tem de um país melhora com a visita ao país em causa. Esta ideia tem sido defendida em relação à actual relutância para se visitar os EUA. Observadores sugerem que o aumento dos fluxos de visitantes aos EUA teria um efeito positivo na imagem internacional do País” (Wheeler, Anexo 16).

Rieder salienta que (1) o turismo pode ser uma ferramenta para o desenvolvimento sustentável e (2) pode ser visto e aplicado para a cooperação entre Estados para o desenvolvimento sustentável das sociedades (Rieder, Anexo 12).

Já Nancy Cockerel considera que o turismo não é, em geral, reconhecido pelos governos, como ferramenta para o alívio da pobreza. Para esta especialista, a maioria dos governos simplesmente fazem operações de cosmética e de fachada, “nada fazendo para testar esta teoria através de acções” (Cockerel, Anexo 14). “Não me parece suficiente a cooperação entre governos e Estados para dar resposta a este assunto. É essencial que o sector privado seja envolvido.” (Cockerel, Anexo 14).

Thomas G. Bauer adianta que os Estados só cooperam se houver algum ganho interesseiro e “não pelo valor intrínseco da cooperação” (Bauer, Anexo 15). “Tal como os indivíduos, os Estados e os seus líderes são avarentos e só oferecem algo ao seu vizinho se obtiverem mais em retorno.” (Bauer, Anexo 15).

O mesmo especialista, considera que para as relações Estado a Estado, o turismo é na maioria das vezes um assunto menor comparado com a defesa (OTAN, por exemplo) ou o desenvolvimento económico. E é peremptório: “Não vejo qualquer ligação entre a cooperação Estado a Estado e o desenvolvimento sustentável. Tenho dúvidas que isso exista, a não ser em situações transfronteiriças, como em parques nacionais. Num contexto do alívio da pobreza não vejo qualquer ligação com cooperação transfronteiriça.” (Bauer, Anexo 15).

No mesmo sentido, Xavier Font, afirma que “apesar de o turismo poder ser uma ferramenta para o alívio da pobreza, não penso que a maioria dos países em desenvolvimento estejam em posição de desenvolver políticas de turismo consequentes com o alívio da pobreza.” (Font, Anexo 17).

Finalmente, Martin Brackenbury adverte que os governos de países substancialmente emissores de fluxos turísticos, tendem a ver o turismo como um canal de drenagem de divisas e perda de receitas económicas e não como um veículo para o desenvolvimento internacional. Como resultado, não promovem políticas activas que de algum modo venham a incrementar esses fluxos. Segundo este especialista, esta situação foi exposta recentemente quando foram aplicadas taxas que diminuem a propensão à viagem, infligindo danos, potencialmente elevados, nos países receptores em termos de emprego, investimento e captação de divisas estrangeiras. (Brackenbury, Anexo 13).

6.1 O impacto do turismo nos Objectivos de Desenvolvimento do Milénio (ODM)

A contribuição do sector do turismo para o cumprimento dos ODM é algo evidente, tendo em consideração o seu valor económico e as suas características charneiras do ponto de vista social, económico, ambiental e cultural. Embora em alguns dos objectivos referidos seja mais evidente e clara a influência das actividades turísticas, a verdade é que em maior ou menor grau o turismo influencia a globalidade dos objectivos propostos para o desenvolvimento.

Villiers considera que o turismo é um factor fundamental para o alívio da pobreza, porque é um sector de mão de obra intensiva, um dos maiores empregadores, em especial de mulheres e jovens, baseia-se mais do que qualquer outra actividade em micro, pequenas e médias empresas, gera fortes impactos no comércio e outras actividades locais. Este especialista conclui que o valor do turismo excede a sua dimensão económica. (Villiers, Anexo 18).

Efectivamente, o turismo tem efeitos transversais e directos no cumprimento dos ODM especialmente na eliminação da pobreza, no fortalecimento das capacidades dos cidadãos e no

acesso à água potável, electricidade, transporte, entre outros aspectos que são essenciais ao desenvolvimento dos lugares como destinos turísticos. O desenvolvimento do turismo supõe que os destinos turísticos tenham capacidade exportar a sua qualidade de vida. O que supõe a existência de infra-estruturas a vários níveis. A ausência de unidades de restauração, comunicações fixas e móveis, saneamento, electricidade, segurança, transportes e acessibilidades são aspectos que dificultam a criação de destinos turísticos.

Segundo Ludwig Rieder, gestores de topo do Banco Asiático para o Desenvolvimento argumentam que a construção de infra-estruturas para acesso entre o meio rural e o urbano permitem maiores ganhos e que o turismo desenvolve-se por si, contribuindo como todo o resto na redução da pobreza. Este especialista, sublinha contudo que “esta visão nada encoraja os países em desenvolvimento para verem o desenvolvimento do sector do turismo seriamente.” (Rieder, Anexo 12).

6.2 Matriz turismo versus Objectivos de Desenvolvimento do Milénio

Para melhor compreender o impacto do turismo como órgão do desenvolvimento concebemos uma matriz que procura evidenciar de forma directa e simples, o impacto do sector no cumprimento dos Objectivos de Desenvolvimento do Milénio.

Serão sempre possíveis outras abordagens, mas as nossas opções pelos aspectos considerados na matriz procuram enquadrar e traduzir a realidade complexa que é o turismo e os diversos impactos que tem nas sociedades: directo ou indirecto; significativo ou insignificante; positivo ou negativo. No primeiro, refere-se ao contexto do impacto; o segundo, à intensidade do impacto; e o terceiro, ao qualidade do impacto. Por outro lado, o posicionamento dos ODM's na matriz tem em consideração as metas propostas que integram cada objectivo e considera a situação presente, da qual vimos referindo diversos e variados

aspectos. Em análises, posteriores o posicionamento poderá ser alterado, assim como se proceder a uma quantificação relativa, baseada num painel de especialistas, por exemplo.

Quadro 2: Matriz do impacto do turismo nos ODM

Objectivo	Contexto		Intensidade		Qualidade	
	Directo	Indirecto	Significante	Insignificante	Positivo	Negativo
1	✓		✓		✓	
2		✓		✓	✓	
3	✓		✓		✓	
4		✓		✓	✓	
5		✓		✓	✓	
6	✓		✓			✓
7	✓		✓			✓
8	✓		✓		✓	

Os comentários sugeridos pelo posicionamento dos ODM na matriz e considerando as suas metas são os expressos no quadro da página seguinte:

Quadro 3: Tabela síntese				
Objectivo	Descrição	Metas	Posicionamento	Comentários
Um	Erradicar a pobreza extrema e a fome	Reduzir para metade a percentagem de pessoas cujo rendimento é inferior a 1 dólar por dia. Reduzir para metade a percentagem da população que sofre de fome.	Directo Significante Positivo	O turismo pode contribuir para a redução da pobreza e fome extrema, sendo um sector que se desenvolve também nas áreas rurais, nas quais a maior parte dos pobres habitam. Cria grande número de postos de trabalho, directos e indirectos, para homens, mulheres e jovens, desde os não qualificados a quadros especializados, fomenta a comercialização de excedentes para a indústria hoteleira (aumento de rendimento sem abandonar as actividades tradicionais) e permite a entrada directa de divisas dos turistas às populações locais.
Dois	Alcançar o ensino primário universal	Garantir que todos os rapazes e raparigas terminem o ciclo completo do ensino primário.	Indirecto Insignificante Positivo	O turismo pode aumentar o rendimento das famílias pobres e permitir o acesso das crianças ao ensino primário. Por outro lado, o turismo apela para o aumento das qualificações da população, dado o interesse em desenvolver actividades que possam atrair os turistas.
Três	Promover a igualdade de género e a autonomização da mulher	Eliminar as disparidades de género no ensino primário e secundário, se possível até 2005, e em todos os níveis, até 2015.	Directo Significante Positivo	Não obstante, o impacto do turismo nesta meta pode ser insignificante. O turismo pode trazer às mulheres novas oportunidades de empreendedorismo, com a criação de pequenas empresas familiares (restaurantes, artesanato, agricultura, floricultura, etc.), que se traduz em mais rendimento e independência financeira. O sector do turismo emprega indiferentemente homens e mulheres. As cadeias internacionais promovem também formação interna.
Quatro	Reduzir a mortalidade de crianças	Reduzir em dois terços a taxa de mortalidade de menores de cinco anos. percentagem da população que sofre de fome.	Indirecto Insignificante Positivo	Ao proporcionar maior rendimento às famílias, o turismo permite a disseminação dos cuidados infanto-juvenis. As actividades turísticas implicam normas de maior higiene pessoal e cuidados e segurança alimentares (e, por vezes, o acesso a uma refeição completa de um dos pais, libertando mais alimentos aos demais familiares).
Cinco	Melhorar a saúde materna	Reduzir em três quartos a taxa de mortalidade materna.	Indirecto Insignificante Positivo	As cadeias internacionais que operam no sector podem ter cuidados ao nível de medicina do trabalho, aumentando os cuidados de saúde materna, assim contribui para a divulgação da saúde pública.
Seis	Combater o VIH/SIDA, a malária e outras doenças	Deter e começar a reduzir a propagação do VIH/SIDA. Deter e começar a reduzir a incidência de malária e outras doenças graves.	Directo Significante Negativo	A motivação sexual é uma realidade em países em desenvolvimento e emergentes para o turismo. Nestes casos, o turismo pode ser factor com influência directa, significativa e com um impacto adverso às metas dos Objectivos de Desenvolvimento do Milénio.
Sete	Garantir a sustentabilidade ambiental	Integrar os princípios do desenvolvimento sustentável nas políticas e programas nacionais; inverter a actual tendência para a perda de recursos ambientais Reduzir para metade a percentagem da população sem acesso permanente a água potável. Melhorar consideravelmente a vida de, pelo menos, 100 000 habitantes de bairros degradados, até 2020.	Directo Significante Negativo	O turismo tem influência directa e significativa na sustentabilidade ambiental. Efectivamente, pode trazer às populações mais desfavorecidas infra-estruturas de saneamento e rodovias, água potável e electricidade, etc. No entanto, a emissão de gases de CO2 (essencialmente, devido ao transporte aéreo), o corte indiscriminado de florestas para artesanato e mobiliário para turistas, excessos de consumos de recursos (água, electricidade), são aspectos de impacto negativos. Não obstante, o turismo fomenta a criação de parques naturais, protegendo o património ambiental e a biodiversidade (o princípio de usar para proteger, evitando o abandono de muitas áreas cujo acesso é interdito). O desenvolvimento do turismo responsável tende a tomar o impacto deste sector positivo.

Quadro 3: Tabela síntese (continuação)				
Objectivo	Descrição	Metas	Posicionamento	Comentários
Oito	Criar uma parceria global para o desenvolvimento	<p>Continuar a desenvolver um sistema comercial e financeiro multilateral aberto, baseado em regras, previsível e não discriminatório. Inclui um compromisso em relação a uma boa governação, ao desenvolvimento e à redução da pobreza, tanto a nível nacional como internacional. Satisfazer as necessidades especiais dos países menos avançados. Inclui o acesso a um regime isento de direitos e não sujeito a quotas para as exportações dos países menos avançados, um programa melhorado de redução da dívida dos países muito endividados, o cancelamento da dívida bilateral oficial e a concessão de uma ajuda pública ao desenvolvimento mais generosa aos países empenhados em reduzir a pobreza.</p> <p>Satisfazer as necessidades especiais dos países em desenvolvimento sem litoral e dos pequenos estados insulares.</p> <p>Tratar de uma maneira global os problemas da dívida dos países em desenvolvimento através de medidas nacionais e internacionais, a fim de tornar a sua dívida sustentável a longo prazo.</p> <p>Em cooperação com os países em desenvolvimento, formular e aplicar estratégias que proporcionem aos jovens um trabalho digno e produtivo.</p> <p>Em cooperação com as empresas farmacêuticas, proporcionar acesso a medicamentos essenciais, a preços acessíveis, nos países em desenvolvimento.</p> <p>Em cooperação com o sector privado, tornar acessíveis os benefícios das novas tecnologias, em particular os das tecnologias da informação e comunicação.</p>	Directo Significante Positivo	<p>O turismo pode ser parte integrante das parcerias para o desenvolvimento, permitindo melhor conhecimento desses países, permitindo a transferência directa de divisas dos privados (dos indivíduos), de livre vontade e em momentos de lazer, dos países ricos para os mais pobres, o turismo desenvolve o acesso (rodoviário, aéreo e marítimo) aos destinos nos países em desenvolvimento sendo ilhas ou enclaves. Transfere conhecimento, novas tecnologias e investimentos. O turismo estimula o sector privado atraindo apoio financeiro de organismos internacionais</p>

Tendo em consideração o posicionamento dos ODM's, chegamos ao seguinte quadro:

Quadro 4: Posicionamento dos ODM

Posicionamento	Objectivos de Desenvolvimento do Milénio
Directo	1. Erradicar a pobreza extrema e a fome
Significante	3. Promover a igualdade do género e capacitar as mulheres
Positivo	8. Desenvolver uma parceria global para o desenvolvimento
Indirecto	2. Alcançar a educação primária universal
Insignificante	4. Reduzir a mortalidade infantil
Positivo	5. Melhorar a saúde materna
Directo	6. Combater o HIV/SIDA, a malária e outras doenças
Significante	7. Assegurar a sustentabilidade ambiental
Negativo	

Os aspectos do impacto do turismo que podem ser considerados negativos como se mostra no quadro anterior têm a ver com a sustentabilidade ambiental e a propagação de doenças que perigam a saúde pública. Não obstante, podem ser atenuados ou debilitados quer com o desenvolvimento do turismo responsável quer através de programas educacionais e de prevenção nos sistemas de ensino de forma a sobretudo alterar mentalidades, atitudes e comportamentos.

Por outro lado, o desenvolvimento tecnológico, pode introduzir alterações nos meios de transporte para diminuir a contribuição do sector nas emissões de CO₂. Estima-se que o turismo contribua com 5.3 % das emissões globais de gases que criam o efeito estufa. Desta percentagem, o transporte é responsável por 90%. O transporte aéreo consome entre 2 a 3 % em combustíveis fósseis e emite 3,5% das emissões globais. Destes, 80% são produzidos pela aviação civil. Esta produção de emissões de gases de efeitos estufa tende a crescer, segundo a OMT.

Devido a esta realidade, ganham especial significado experiências como o da Virgin Atlantic que dotou um dos seus aviões com um motor movido a biocombustível que foi utilizado numa viagem entre Londres e Amesterdão.⁵⁹ Com o objectivo de reduzir as emissões de dióxido carbono, o biocombustível utilizado foi produzido a partir de uma mistura de óleo de coco e babaçu e, segundo a companhia, não põem em risco alimentos importantes. Temia-se que o combustível pudesse congelar em grandes altitudes, mas nesta primeira tentativa, tal não aconteceu. A Virgin Atlantic insiste que o uso de biocombustível ajuda no corte das emissões de gases causadores do efeito estufa. O proprietário da companhia aérea, Sir Richard Branson, defende que este voo experimental serviu para que "as companhias pudessem ver que os aviões vão começar a usar este tipo de combustível muito antes do esperado"⁶⁰. "O combustível provém de fontes verdadeiramente sustentáveis e que não coloquem em risco recursos naturais para a obtenção de alimentos ou água", afirmou Branson, em comunicado. "Este voo de demonstração deu-nos um conhecimento chave que poderemos usar para reduzir nossas emissões de carbono", acrescenta o multimilionário. Na experiência participaram a Boeing e a General Electric (fabricante de motores). Os organizadores anunciaram que dentro de dez anos as companhias áreas poderão utilizar a energia das plantas.

6.3 Turismo e os países de língua portuguesa

A perspectiva do turismo poderia ser utilizada nas relações entre os Estados membros da lusofonia. A cooperação portuguesa orienta-se pela aplicação dos "princípios de respeito pelos direitos humanos, pela boa governação, pela sustentabilidade ambiental, pela

⁵⁹ Esta experiência suscitou alguma controvérsia devido ao impacto ecológico da iniciativa. No entanto, muitos ambientalistas não vêem com bons olhos estas experiências. Dizem que não são soluções para diminuir o aquecimento global, pois as plantações que seriam utilizadas para gerar combustível estariam a reduzir a produção de comida. Em declarações à BBC, Kenneth Richter, do grupo ambientalista Friends of The Earth, dá a sua opinião: "Consideramos que o voo de biocombustível da Virgin é mais uma manobra de distração das soluções reais para as mudanças climáticas". "As últimas pesquisas científicas sobre biocombustíveis demonstram claramente que esse género de combustível não reduz significativamente as emissões. E, ao mesmo tempo, nós estamos muito preocupados em relação ao impacto desta expansão em larga escala da produção de biocombustível para o meio ambiente e os preços dos alimentos", afirmou o ambientalista à cadeia de televisão britânica.

⁶⁰ Ver http://www.bbc.co.uk/portuguese/reporterbbc/story/2008/02/080224_aviao_biocombustivel2_aw.shtml

diversidade cultural, pela igualdade do género e pela luta contra a pobreza nas acções de cooperação” (IPAD, 2006:25).

“Concentrar os projectos de cooperação no quadro dos países de expressão portuguesa, incluindo os espaços regionais onde se inserem” (IPAD, 2006:25) é outra das prioridades do Governo português.

As áreas prioritárias desta cooperação são: boa governação, participação e democracia, desenvolvimento sustentável e luta contra a pobreza (“em particular nos sectores da educação, saúde, desenvolvimento rural e ambiente” (IPAD, 2006:25)) e crescimento económico.

No documento referido, ignora-se o turismo e o papel que pode desempenhar na persecução dos objectivos nacionais para a cooperação, não sendo sequer mencionado. Deste modo, também não se proporciona por parte dos países receptores da Ajuda a criação de projectos turísticos que possam ser charneira, até porque acabam por adequar as suas propostas aos critérios dos doadores.

A este propósito, Mendes Bota sublinha que “com excepção da Guiné-Bissau, todos os outros países lusófonos contêm enormes potencialidades histórico-paisagísticas por desenvolver, com interesse directo para o mercado português. Existe um largo espaço para os investidores nacionais virem a deter uma percentagem apreciável da oferta turística desses Estados. O combate à pobreza, só se efectivará, se houver uma sensibilidade por parte destes investidores, em integrar na mais-valia que produzem factores locais, a montante e a jusante, que produzam emprego, desenvolvimento tecnológico, criação de PME para o fornecimento de serviços, equipamentos, consumíveis, etc., ao invés de importarem directamente toda a cadeia de produção.” (Bota, Anexo 6).

6.4 A defesa da língua e o turismo

Para além da relação com os países africanos de expressão portuguesa, um dos pilares da cooperação portuguesa, outra das vertentes da política externa é a defesa da língua portuguesa. "A promoção da língua portuguesa no mundo contribui para a sedimentação, longevidade e proficuidade de uma comunidade linguística que constitui, a um só tempo, um importante contributo histórico português para o mundo, e um trunfo relevante na era da globalização." (IPAD, 2006).

E apesar de não haver referências ao papel do turismo no referido documento, vários especialistas que colaboraram com depoimentos para o nosso trabalho são de opinião que as actividades turísticas têm um papel importante a desempenhar no quadro da lusofonia.

Segundo Mendes Bota, "o Turismo é um dos sectores de ponta, em termos de interesse e repercussão prática imediata na afirmação da língua portuguesa no mundo. Se Portugal não apostar neste aspecto, o português será a muito curto prazo substituído pelo inglês (em Timor, Moçambique), ou até pelo francês (Guiné-Bissau), ou desalojado da posição de língua privilegiada na comunicação das comunidades locais." (Bota, Anexo 6).

No mesmo sentido, Vítor Neto sublinha que "o turismo pode constituir um importante instrumento de Cooperação institucional e económica no quadro da lusofonia e factor de afirmação da língua portuguesa no mundo. Os limites destas possibilidades reais são sobretudo de ordem política." (Neto, Anexo 8).

Estas questões são realçadas por Jorge Ferraz que não partilha "a obsessão com a língua como factor de unificação cultural ou de predisposição para a solidariedade (veja-se não só o facto de haver diferenças entre o português falado nos quatro cantos do mundo, como o facto de o português ser um instrumento político-ideológico dos Estados asiático e africanos

que foram colónias portuguesas destinado à afirmação da sua legitimidade e do seu poder e não o resultado de uma real aculturação formal e informal)." (Ferraz, Anexo 3).

Para Jorge Ferraz, a "realidade da cooperação é o peso de um passado mal assumido e lido pelas duas partes: de Portugal, o mito da língua, de um colonialismo brando, misturado com um permanente complexo de culpa que nos leva a aceitar todos os disparates que muitos países e autoridades de países que antes foram colónias portuguesas dizem sobre nós ou medidas que tomam. Do lado, dos outros países, a desculpa para a pobreza, a corrupção, a violência, a incompetência e a arrogância" (Ferraz, Anexo 3). Noutro aspecto, este especialista refere que "Onde tem havido alguma coisa é no investimento directo ou em joint-ventures de empresas portuguesas num quadro político-económico de grande corrupção como qualquer relatório internacional atesta sobre países que foram colónias portuguesas." (Ferraz, Anexo 3).

Para Jorge Ferraz, para que o turismo como instrumento de cooperação para o desenvolvimento no espaço lusófono seja efectivo "era preciso que Portugal se transformasse em mercado emissor para tais países numa dimensão económica e social significativa para as duas partes. Para isso, seriam precisos: uma terapia de grupo; uma desmistificação ideológica sobre as nossas histórias; uma mudança política na relação institucional entre os nossos países; alterações político-éticas nos dois lados; um maior nível de vida dos cidadãos portugueses; alterações no modelo de economia política das sociedades receptoras." (Ferraz, Anexo 3).

Mais abrangente, Jorge Rangel, sublinha que "todos os instrumentos devem ser adequadamente utilizados para o reforço da cooperação no vasto mundo de Língua Portuguesa e para a afirmação internacional da língua comum, uma das mais faladas e traço de união de 200 milhões de pessoas. Portugal e o Brasil dão enorme importância ao turismo, quer como actividade essencialmente económica, quer na vertente cultural. Os PALOP estão também a fazê-lo de forma mais estruturada e tanto mais consequente quanto mais depressa forem

vencidas as situações de instabilidade política e social que tão gravemente os afectaram. O turismo é uma oportunidade magnífica para os Governos estabelecerem programas específicos de cooperação, estimulando viagens, investimentos, negócios, intercâmbio e um melhor conhecimento mútuo. A vasta experiência e o "know-how" de uns pode beneficiar amplamente outros. É neste dar e receber que as relações se podem estreitar, consolidando-se a necessária confiança para a defesa de interesses comuns nos grandes aerópagos internacionais." (Rangel, Anexo 4).

Pedro de Almeida acrescenta que "a Comunidade de Países de Língua Portuguesa pode constituir um espaço privilegiado para reunir contributos e estabelecer consensos na construção de um quadro de cooperação internacional alargado para o desenvolvimento, através da actividade turística. Estamos nos cinco continentes, temos relações estreitas, possuímos um idioma comum amplamente falado e preservamos fortes laços históricos, factos que representam um potencial extraordinário para a afirmação internacional dos nossos países. Mas esta voz, se reforçada e em unísono, permitirá também rentabilizar melhor apostas de cooperação concertadas que contribuam para desenvolver o sector do turismo e outros por arrastamento, tanto nos próprios países desta Comunidade como no panorama internacional." (Almeida, Anexo 7).

Para Jorge Costa, "falar-se português num conjunto alargado de países (membros da CPLP), será sempre uma mais valia na divulgação de uma cultura com elementos comuns. Como o turismo é visto como a procura de novas experiências, havendo a língua como base e a partilha de uma história comum, poderá existir um elo de ligação entre a história que se oferece ao turista. Do ponto de vista da oferta, e sabendo-se que a cooperação vai muito para além do turismo, julgo que esta poderá assentar na partilha de experiências e boas práticas, alargando-se ao investimento cruzado e ao desenvolvimento de projectos conjuntos. Neste contexto, o turismo poderá ser um instrumento único na cooperação entre os países da CPLP." (Costa, Anexo 2).

Pascoela Barreto, primeira embaixadora de Timor-Leste em Lisboa, refere que “o turismo como instrumento da cooperação internacional faz ainda mais sentido no âmbito da CPLP. No caso concreto de Timor-Leste, a reintrodução do português como uma das línguas oficiais, ainda com um longo percurso pela frente, tornar-se-á mais fácil quando no dia-a-dia da população timorense houver a percepção do seu valor económico e que a aprendizagem desta lhe facultará mais bem estar. O turismo como indústria de serviços obriga à comunicação. O investimento em português no sector do turismo poderá ser um factor acelerador dessa realidade” ⁶¹ (Barreto, 2007).

7. Conclusão

Antes de mais, relembremos a pergunta de partida: que função poderá desempenhar o turismo nas políticas de cooperação internacional para o desenvolvimento? Apesar de a “abordagem horizontal” do turismo dificultar não só a assumpção do sector como motor do desenvolvimento, podemos concluir que esta actividade pode ser mais do que um instrumento para a implementação da cooperação para o desenvolvimento. Este “mais” significa que o turismo poderá ser um hábito das sociedades ao tornar-se uma necessidade básica das populações, como se deduz da visão holística e sistémica que influencia a qualidade de vida das populações e a sustentabilidade do mundo. Esta visão pode desenvolver-se num conceito de turismo como órgão, uma vez que o todo diferencia-se e excede os subsistemas que o compõem, tornando o turismo num mediador da formação ética do homem. Neste sentido, o turismo responsável e o turista responsável, serão guardiães do ambiente e promoverão a harmonia e o conhecimento entre os povos e as nações.

O impacto do turismo no desenvolvimento social e económico e no alívio da pobreza está patente na concordância entre os valores que se supõem nas referidas noções de

⁶¹ Barreto, Pascoela (2007), *A meia ilha de charme, O Turismo em 2007*, p 94

turismo e os da Declaração do Milénio. Esta relação é profunda e consequente como se conclui dos depoimentos que obtivemos das personalidades lusófonas e internacionais e dos documentos citados. Nesta senda, ilustrámos como poderá o turismo influenciar os Objectivos de Desenvolvimento do Milénio (ODM) segundo aspectos que nos parecem pertinentes: contexto, intensidade e qualidade. Os aspectos que actualmente têm impactos directos, significantes e negativos podem, no futuro, ser considerados diversamente não só com o desenvolvimento do turismo e turista responsável, o que supõe uma educação para o turismo e o desenvolvimento ético do homem, um mercado mais consciente e exigente, como também o progresso tecnológico poderá atenuar aspectos mais críticos do turismo em termos de ambiente e sustentabilidade.

Nesta perspectiva, o turismo deverá ser incorporado nas políticas de desenvolvimento nacionais e integrado nas estratégias de cooperação e consenso internacionais. O novo contexto apresenta-se como uma oportunidade para o turismo se desenvolver no âmbito das relações internacionais, dando-lhe efectiva importância económica, social e cultural. Para tal terá que ser assumido pelos parceiros de desenvolvimento a inclusão das actividades turísticas nos seus “envelopes de financeiros de ajuda” e pelos países receptores a sua incorporação nas políticas nacionais de desenvolvimento. A cooperação internacional é uma oportunidade para os países se desenvolverem como marcas destino através de boas práticas ao nível do planeamento e gestão e, ao mesmo tempo, garantirem o aumento da qualidade de vida das suas populações e a integração das suas economias no mundo globalizado.

Em relação ao mundo da língua portuguesa é, generalizada, a ideia segundo a qual a lusofonia teria muito a ganhar com a introdução do turismo nas suas políticas e programas de apoio. As actividades turísticas também poderiam ser uma forma de assegurar o valor económico do idioma português neste espaço geo-político.

BIBLIOGRAFIA

- Afonso, Maria Manuela (1998), *Cooperação Descentralizada. O Caso dos Municípios Portugueses*, CIDAC, Lisboa
- Afonso, Maria Manuela e Fernandes, Ana Paula (2005), *abCD Introdução à Cooperação para o Desenvolvimento*, Instituto Marquês de Valle Flor e OIKOS, Lisboa
- Askjellerud, Sashana (2006), Tourism and Peace: The Traveller, *IIPT Occasional Paper n.º 4*, Global Educators' Network of the International Institute for Peace through Tourism (IIPT)
- Barreto, Pascoela (2007), A meia ilha de charme, *O Turismo em 2007*, p 94
- Beni, Mário Carlos (2004), *Análise Estrutural do Turismo*, Ed. SENEC, São Paulo
- World Travel and Tourism Council (2003), *Blueprint for new tourism*, Londres
- World Travel and Tourism Council (2007), *Executive Summary, Travel & Tourism: Navigating the path ahead*, Londres
- Cho, Minho (2007) A re-examination of tourism and peace: The case of the Mt Gungang tourism development on the Korean Peninsula, *Tourism Management* 28, pp 556-569
- CIDAC, Desenvolvimento e Poder Local nos Países da CPLP (1997), *Memórias Nortisul I*, Lisboa
- Coelho, Júlio Alberto (2007), *Um Índice de Desenvolvimento Turístico Baseado no Ciclo de Vida de Um destino Turístico: uma abordagem teórica*, IX Reunião de Economia Mundial, Escola Superior de Tecnologia do Mar do Instituto Politécnico de Leiria, Leiria
- Country Brand Index 2006, Insights, Findings and Country Rankings*, (s.d.) FutureBrand.
- Cunha, Licínio (2006), *Economia e Política do Turismo*, Editorial Verbo, Lisboa
- Descartes, René (s/data), *Discurso do Método*, Publicações Europa-América, 3ª edição, Lisboa
- Dinis, Sandrina (2005), *O ecoturismo: um instrumento para o desenvolvimento sustentável?*, ISEG, Lisboa
- Ferreira, Eduardo Manuel (2006), *"O turismo no Contexto de uma Pequena Economia Insular: o caso de Cabo Verde"*, Instituto Superior de Economia e Gestão, Lisboa
- Instituto de Financiamento e Apoio ao Turismo (2003), *Ciclo de Debates 2002 — Livro de Actas*, IFT, Lisboa
- Instituto de Turismo de Portugal (2005), *Novos consumos, novos produtos, Encontro Técnico 2003 — Livro de Actas*, Lisboa
- Instituto Português de Apoio ao Desenvolvimento (2006), *Uma Visão Estratégica para a Cooperação Portuguesa*, Lisboa
- Kelly, Ian (2006), Introduction to peace through tourism, *IIPT Occasional Paper n.º 1*, Global Educators' Network of the International Institute for Peace through Tourism (IIPT)

Mosley, Paul e Alonso, José António (1999), *"La Eficácia de la Cooperación Internacional al Desarrollo: Evaluación de la Ayuda"*, Civitas Ediciones S. L., Madrid

Organização Mundial de Turismo (2001), *Tourism 2020 Vision*, Madrid

Organização Mundial de Turismo (2004), *Co-operation and Partnerships in Tourism: A Global Perspective*, Madrid

Organização Mundial de Turismo (s/data), *Effects Économiques du Tourisme*, Madrid

Organização Mundial de Turismo/Programa das Nações Unidas para o Ambiente (2005) *Making Tourism More Sustainable, A Guide for Policy Makers*, Madrid

Organização Mundial do Turismo (2002), *Tourism and Poverty Alleviation*, Madrid

Organização Mundial do Turismo (2007), *Datos Esenciales del Turismo*, Madrid

Overseas Development Institute (2007), *Assessing how tourism revenues reach the poor*, Briefing Paper 21, Londres

Overseas Development Institute (2007), *Can tourism offer pro-poor pathways to prosperity?*, Briefing Paper 22, Londres

Simpson, Murray C. (2008), *Community Benefit Tourism Initiatives — A Conceptual Oxymoron?*, *Tourism Management* 29, pp 1-18

Páginas de Internet

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Exporta%C3%A7%C3%A3o>

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Importa%C3%A7%C3%A3o>

<http://recantodasletras.uol.com.br/artigos/16646>

<http://unwto.org/facts/eng/economy.htm>

http://www.bbc.co.uk/portuguese/reporterbbc/story/2008/02/080224_aviao_biocombustivel2_aw.shtml

<http://www.globaltraveltourism.com>

<http://www.iipt.org>

http://www.nationbrandindex.com/CBI_q3-portuguese-press-release.phtml

<http://www.odi.org.uk/tourism/index.html>

<http://www.pata.org>

http://www.priberam.pt/dlpo/definir_resultados.aspx

<http://www.priberam.pt/dlpo/dlpo.aspx>

<http://www.un.org/millennium/declaration/ares552e.pdf>

http://www.unwto.org/code_ethics/pdf/languages/Portugal.pdf

http://www.unwto.org/code_ethics/sp/global.htm

http://www.unwto.org/media/news/sp/press_det.php?id=1881&idioma=E

<http://www.unwto.org/sustainable/publications.htm>

<http://www.world-tourism.org/facts/eng/methodological.htm#2>

ANEXO 1

Pergunta feita às personalidades da lusofonia

O turismo é um sector económico com elevada influência no desenvolvimento sustentado das sociedades e é reconhecido por políticos, economistas e especialistas, como um poderoso instrumento de combate à pobreza. Não obstante, a prática mostra que os acordos de cooperação entre Estados no domínio do turismo, consideram somente aspectos técnicos da actividade (formação, qualidade de serviço, etc.), e não apontam para uma visão global do turismo enquanto actor do desenvolvimento sustentado, contrariando a sua importância e dinâmica económica.

1. Gostaríamos de obter o seu comentário a esta situação e, ainda, a referência a possíveis objectivos do turismo (quais e como) enquanto instrumento da Cooperação entre Estados.
2. No quadro das relações da lusofonia, que importância pode o turismo, enquanto instrumento da Cooperação institucional, ter para as relações entre os países e regiões de língua oficial portuguesa e a afirmação da língua portuguesa no mundo?

ANEXO 2
Depoimento de Jorge Costa
Presidente e fundador do Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo

1. Na minha perspectiva, este facto tem a ver com a própria natureza do turismo. Os Estados aceitam cooperar em áreas que não sejam consideradas directamente concorrenciais. Porém, se considerarmos a captação de turistas e receitas, é compreensível a dificuldade em estabelecer os limites da cooperação. Senão, vejamos, de acordo com a grande maioria dos membros do painel do Barómetro Academia Aberta do Turismo, a promoção turística conjunta de Portugal e Espanha em mercados distantes é vista como muito positiva (ver resultados em www.institutodeturismo.org). Porém, quando questionados sobre a possibilidade de promover conjuntamente a região do Douro e a região do 'Duero', a maioria já não viu isso como positivo/desejável.

Esta posição deverá estar alinhada com a perspectiva da maioria dos responsáveis políticos e governamentais pelo sector, justificando ao mesmo tempo a dificuldade em definir visões globais para o turismo quando a própria orientação política do governo pode variar nos países cooperantes.

Apesar desta constatação, parece-me que a cooperação entre Estados, tendente ao combate à pobreza e ao subdesenvolvimento, pode acontecer desde que essa visão global seja definida por organismos supra governamentais como é o caso da OMT. A cooperação operacional poderá ficar assim na responsabilidade dos países, sem que outras variáveis tenham que ser geridas.

2. No quadro da lusofonia, falar-se português num conjunto alargado de países (membros da CPLP), será sempre uma mais valia na divulgação de uma cultura com elementos comuns. Como o turismo é visto como a procura de novas experiências, havendo a língua como base e a

partilha de uma história comum, poderá existir um elo de ligação entre a história que se oferece ao turista.

Do ponto de vista da oferta, e sabendo-se que a cooperação vai muito para além do turismo, julgo que esta poderá assentar na partilha de experiências e boas práticas, alargando-se ao investimento cruzado e ao desenvolvimento de projectos conjuntos.

Neste contexto, o turismo poderá ser um instrumento único na cooperação entre os países da CPLP.

Data: 22/Abril/2008

ANEXO 3
Depoimento de Jorge Ferraz
Professor da Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

1. O turismo é apresentado desde o seu o início como preenchendo várias funções ou tendo várias causas e efeitos que vão muito para além da dimensão económica.

No entanto, por razões históricas que se prendem com a natureza e evolução do fenómeno, com a natureza "invisível" e aparentemente fragmentada e desestruturada da indústria e com o aparente teor casuístico das suas decisões, pelo discurso "mitificador" (de ressonâncias libertárias e associadas à pura livre escolha e a um lazer desligado da organização societal) que todos os actores têm sobre o turismo (desde o político, ao empresário, até ao publicista e ao turista e viajante), e ideológicas (no sentido cultural, político e psicológico do fenómeno) com pouca frequência o turismo tem ultrapassado o economicismo estreito, nem sequer chegando a ser analisado na perspectiva da ciência económica a uma luz mais lata e real, como sejam os estudos da economia política.

Quando tal estreiteza não acontece, o discurso sobre o turismo entra no campo do marketing e da efabulação literária, esquecendo-se que ele, como fenómeno do tempo sócio-histórico, faz parte dos fenómenos sociais que caracterizam globalmente as sociedades, seja como causa, seja como efeito.

Porém, o deserto não é total e existem já bastos estudos e iniciativas que apresentam o turismo numa perspectiva global e contextualizada.

Muitos estudos da economia política, da sociologia, da psicologia social, da geografia e mesmo da ciência política têm surgido nos últimos 10-20 anos. Em particular tudo o que se coloca a discutir o fenómeno (pró e contra) a partir das teorias da dependência, do desenvolvimento, do sistema-mundo e, mais recentemente, da globalização.

Mas, indo ao início e a título de exemplo, há, por muito aspectos datáveis que possam ter, obras mais antigas que dão uma perspectiva global e holista sobre o turismo e pensam a dimensão internacional do fenómeno numa abordagem contextualizada à realidade política, económica e cultural do mundo. Penso, por exemplo em “Le Tourisme” de Marc Boyer de 1972 e nas abordagens sistémicas de Hunziker e Krapf que remontam aos anos 40-50 do século passado. Ou, em particular, sobre o turismo internacional e a relação entre sociedades, organizações e países, veja-se Marie-Françoise Lanfant ou Georges Cazes com obras já com esse título escritas há cerca de 20 anos.

Quanto à questão em concreto, esta natureza difusa do fenómeno tem sido um entrave à questão da cooperação/competição/ajuda/domínio (depende das teorias) entre Estados para além do que é habitual em qualquer outra actividade económica: apoio técnico-pericial de um estado a outro com limites à transferência de tecnologia e know-how que ponham em causa a posição relativa nas trocas económicas; investimento directo ou através de joint-ventures; ou, através da acção e envolvimento das organizações intergovernamentais desde a OMT até à ONU, Banco Mundial e Organização Mundial do Comércio

Por outro lado, dado que turismo envolve deslocação de pessoas e interacções entre pessoas, as questões relacionadas com o controle policial, repressão ou a segurança, tornam o grau de cooperação muito variado consoante a natureza do regime político dos países em causa e da relação histórica entre as sociedades envolvidas (enquanto emissores e receptores). Além de que, cooperação nesta área pode ser visto como ingerência externa.

Por fim, há ainda outras questões paradoxais e contraditórias entre si sobre a natureza e alcance da cooperação:

- Ao se afirmar o primado do privado sobre o turismo que papel cabe ao relacionamento entre Estados? Quando muito há interacção entre Estado e agente

económico privado nacional ou estrangeiro. A dimensão de indústria num espaço de mercado aberto concorrencial faz igualmente com que o objectivo principal (e muitas vezes único) dos seus agentes mais importantes seja naturalmente o lucro e não qualquer outra coisa;

- A questão da diplomacia económica, ao aparecer agregada à diplomacia política, pode ser vista como mecanismo de satisfação dos interesses do emissor (mais poderoso) ou fazer do Estado um mero agente de articulação de interesses da indústria do país emissor, o que até pode ser negativo para a imagem junto do país terceiro;
- Os Estados têm aparecido cada vez mais como agentes da globalização e como um movimento social especializado no “político” não como instituição que represente primordialmente comunidades histórico-culturais;
- Por outro lado, as novas perspectivas sobre o turismo que enfatizam a sua capacidade para beneficiar as populações locais envolvem necessariamente as questões da propriedade e da participação na gestão e decisão por parte dos agentes locais (políticos, económicos e sociais e numa dinâmica que ultrapassa a sua canalização pelos estados centrais);
- Por fim, a dimensão global, integrada e complexa do fenómeno obriga por outro lado, à necessidade de planeamento regional (internacional) o que implica o envolvimento de vários estados, num esforço cooperativo.

2. Não partilho da obsessão com a língua como factor de unificação cultural ou de predisposição para a solidariedade (veja-se não só o facto de haver diferenças entre o português falado nos quatro cantos do mundo, como o facto de o português ser um

instrumento político-ideológico dos Estados asiático e africanos que foram colónias portuguesas destinado à afirmação da sua legitimidade e do seu poder e não o resultado de uma real aculturação formal e informal).

Por outro lado, o que vejo na realidade da cooperação é o peso de um passado mal assumido e lido pelas duas partes: de Portugal, o mito da língua, de um colonialismo brando, misturado com um permanente complexo de culpa que nos leva a aceitar todos os disparates que muitos países e autoridades de países que antes foram colónias portuguesas dizem sobre nós ou medidas que tomam. Do lado, dos outros países, a desculpa para a pobreza, a corrupção, a violência, a incompetência e a arrogância.

Onde tem havido alguma coisa é no investimento directo ou em joint-ventures de empresas portuguesas num quadro político-económico de grande corrupção como qualquer relatório internacional atesta sobre países que foram colónias portuguesas. E não me parece que tais empresas estejam a pressionar para se mudarem as regras do jogo. Pelo contrário, muitas delas aparecem envolvidas em casos dúbios, de que Angola é o melhor exemplo. Além disso, faça-se um recenseamento das origens e formações dos quadros superiores e médios dessas empresas.

Por fim, as relações entre sociedades não se fazem propriamente por meros acordos institucionais ou palavras bonitas baseadas em muitos mitos e emoções de ocasião. Para isso era preciso que Portugal se transformasse em mercado emissor para tais países numa dimensão económica e social significativa para as duas partes. Para isso, seriam precisos: uma terapia de grupo; uma desmistificação ideológica sobre as nossas histórias; uma mudança política na relação institucional entre os nossos países; alterações político-éticas nos dois lados; um maior nível de vida dos cidadãos portugueses; alterações no modelo de economia política das sociedades receptoras.

Data: 28/Março/2008

ANEXO 4
Depoimento de Jorge A. H. Rangel
Presidente do Instituto Internacional de Macau

1. O turismo pode, efectivamente, constituir um instrumento útil no desenvolvimento da cooperação entre Estados. No entanto, não é nessa perspectiva que ele é normalmente encarado, visto que as entidades mais directamente envolvidas na promoção turística estão, por razões óbvias, mais interessadas nos importantes benefícios económicos que a actividade turística pode proporcionar, criando emprego e fazendo crescer as receitas que o efeito multiplicador da actividade turística permite ampliar.

Nas grandes feiras de turismo, quase toda a promoção visa divulgar a oferta turística e atrair e ganhar contratos com operadores turísticos. A preocupação é, fundamentalmente, comercial e o negócio é a motivação principal. Muitos serviços oficiais encarregados da promoção turística aproveitam, porém, a oportunidade para divulgarem também o país ou o território a que pertencem, mas raras vezes a sua acção inclui a vertente da cooperação, para o que existem, em regra, outros instrumentos políticos no âmbito dos Ministérios dos Negócios Estrangeiros. Além disso, os Ministérios ou Secretarias de Estado que superintendem no turismo não têm atribuições significativas no sector da cooperação, sendo envolvidos apenas para garantirem meios técnicos, humanos e materiais em situações especiais no contexto dos apoios que alguns Estados facultam a outros que se situam na sua esfera de influência e estão deles carenciados, no âmbito da cooperação bilateral ou por decisão consensual das grandes organizações internacionais, na definição dos apoios a países do terceiro mundo.

A Organização Mundial de Turismo, com sede em Madrid e cuja Comissão Executiva integrei, fez grandes esforços para estimular a cooperação internacional em consonância com os objectivos que presidiram à sua criação, mas a sua estrutura e modo de funcionamento, excessivamente burocratizados, não lhe permitiram alcançar visíveis progressos, a ponto de

muito países desvalorizarem a sua acção, pondo mesmo em causa a necessidade da sua existência.

Organismos regionais de natureza privada a que estive intimamente ligado, como a PATA – Pacific Asia Travel Association, com sede em Banguecoque e de que fui presidente regional e sou director vitalício, e a EATA – East Asia Travel Association, com sede em Tóquio, de que fui presidente, foram sempre mais eficazes na sua acção, mas as suas preocupações mais relevantes situavam-se nas áreas do marketing, da promoção, da formação e especialização de recursos humanos e do desenvolvimento turístico. A cooperação foi sempre matéria marginal.

Todavia, territórios especiais como Macau, Hong Kong ou Taiwan souberam tirar proveito da sua participação nestes organismos, ganhando exposição mediática e estreitando laços de cooperação. Macau, ao contrário de Hong Kong e Taiwan, também quis filiar-se na Organização Mundial de Turismo, na UNESCO e em outras organizações internacionais, pela motivação política de se afirmar no contexto internacional. E o Governo de Macau, antes e depois da transição, acreditou na importância do turismo como instrumento de aproximação e de cooperação.

Pelas suas características, como indústria da paz e da concórdia, mas também da cultura e da afirmação das diversidades, o turismo tem enormes potencialidades para ser mais usado no contexto da cooperação internacional, como, por exemplo, entre Portugal, o Brasil e os demais Países de Língua Oficial Portuguesa.

2. Todos os instrumentos devem ser adequadamente utilizados para o reforço da cooperação no vasto mundo de Língua Portuguesa e para a afirmação internacional da língua comum, uma das mais faladas e traço de união de 200 milhões de pessoas.

Portugal e o Brasil dão enorme importância ao turismo, quer como actividade essencialmente económica, quer na vertente cultural. Os PALOP estão também a fazê-lo de forma mais estruturada e tanto mais consequente quanto mais depressa forem vencidas as situações de instabilidade política e social que tão gravemente os afectaram.

O turismo é uma oportunidade magnífica para os Governos estabelecerem programas específicos de cooperação, estimulando viagens, investimentos, negócios, intercâmbio e um melhor conhecimento mútuo. A vasta experiência e o "know-how" de uns, pode beneficiar amplamente outros. É neste dar e receber que as relações se podem estreitar, consolidando-se a necessária confiança para a defesa de interesses comuns nos grandes areópagos internacionais.

Data: 7/Abril/2008

ANEXO 5
Depoimento de Lício Cunha
Professor Catedrático Convidado e Director do Curso de Turismo da Universidade
Lusófona, de Humanidades e Tecnologias
Secretário de Estado do Turismo nos IV, V, X e XI Governos Constitucionais.

1. É verdade que na generalidade dos casos, os acordos de cooperação entre Estados não vão muito além dos aspectos que refere na sua questão. Mas há outros que influenciam muito positivamente as relações turísticas entre os países que, muitas vezes, não se contêm nos acordos de cooperação que visam estritamente o turismo: liberalização do transporte aéreo, facilitação das passagens entre fronteiras, eliminação dos vistos, abertura aos investimentos estrangeiros, etc.

Só há 20 anos para cá é que o Turismo se generalizou a todos os países e até 1990, muitos deles, não viam com bons olhos ou estabeleciam barreiras à movimentação de pessoas. Quem há 20 anos imaginaria que a China se posicionaria dez anos depois, como o primeiro destino mundial de segunda década do séc. XXI? Mas não é preciso ir tão longe porque na Europa encontramos exemplos idênticos.

Há 20 anos, fora da Europa e da América do Norte, o turismo era residual para o resto do mundo. E os países europeus e americanos não viam grande interesse em estabelecer acordos entre si para cooperarem no domínio do turismo. A própria UE recusar atribuir-lhe qualquer prioridade e muito menos um estatuto que o elevasse à dignidade de instrumento de cooperação. No resto do Mundo as condições de desenvolvimento turístico eram poucas e simplesmente inexistentes a todos os níveis (políticos, sociais, materiais e económicos). As excepções eram raras.

Até então o turismo, apesar da dimensão económica e social que já havia alcançado, ainda não tinha ganho o estatuto de actividade económica com características próprias e com dimensão

capaz de gerar progresso, desenvolvimento, riqueza e emprego. Neste contexto, os acordos de cooperação não podiam ir muito longe.

Além disso, e esta é um aspecto decisivo para compreensão da sua utilização como instrumento de políticas internacionais entre os Estados, o turismo é considerado, ou passou a sê-lo, na generalidade dos países, como actividade essencialmente privada, mesmo naqueles em cujas economias o Estado ainda mantêm uma forte presença. E não é função destes dar orientações às iniciativas empresariais.

Apesar de tudo isso, o turismo já há muito que é utilizado como meio de cooperação entre os Estados tanto nas relações bilaterais como multilaterais. Os exemplos são vários e esclarecedores.

No seio da OCDE, como já o fora com a EFTA, o turismo tem sido utilizado como um dos meios mais significativos de cooperação e actualmente a OMT desenvolve várias iniciativas no combate à pobreza e na defesa do ambiente através do turismo.

Os EUA e o Japão também utilizaram o turismo como forma de cooperação multilateral: o primeiro na recuperação da Europa no pós-guerra e o segundo, a partir de 1987 como forma de compensar os seus excessivos super-ávites internacionais (o célebre "Ten Million Program").

A nível bilateral há vários exemplos positivos. Dois deles referem-se a Portugal: o apoio dado pela Alemanha aos seus investidores privados deu origem à construção de pelo menos 3 grandes Hóteis em Portugal e a Noruega prestou auxílio a Portugal durante a crise do período revolucionário através do turismo. As vicissitudes políticas não permitiam a sua concretização mas o acordo de cooperação estabelecido com o Iraque em 1979/80 é um bom exemplo de como o turismo pode ser um excelente instrumento de cooperação entre os Estados.

Embora ainda de forma isolada e ainda pouco aprofundada, julgo que é nesse sentido que se caminha. O turismo é a mais internacional das actividades humanas e não pode deixar de ser de outro modo.

Data: 9/Abril/2008

2. O turismo: instrumento de desenvolvimento e cooperação do espaço lusófono⁶²

Permitam-me que, em primeiro lugar, expresse a minha grande satisfação por participar, pela primeira vez, num congresso em que o turismo é eleito como tema de reflexão para alcançar objectivos da lusofonia. Tenho a arreigada convicção de que a lusófona, nas suas múltiplas dimensões, sejam culturais ou históricas, económicas ou políticas, pode transformar-se num espaço de realização de cada um dos países que a integram mais valorizada e fortalecida do que na sua ausência, e de que o turismo, pela sua natureza e pelas suas potencialidades que oferece é um dos instrumentos mais valiosos e completos para isso.

É pois, um privilégio ter a oportunidade de participar neste congresso e uma honra poder dar o meu modesto contributo para os fins visados com a sua realização.

Nestes prolegómenos permitam-me ainda que felicite os mentores e organizadores pela escolha do tema que, no meu entender, não podia ser mais pertinente e mais ajustado.

Pertinente, em primeiro lugar, porque o turismo é uma das actividades mais dinâmicas da actualidade, a de maior dimensão económica e social do planeta e aquela que mais crescerá nas próximas décadas apesar dos conflitos abertos ou latentes que a ameaçam: nem mesmo os terrorismos, as catástrofes, ou as ameaças de pandemia que têm alarmado o mundo neste princípio de século, constituíram impedimento ao crescimento do turismo internacional. Em

⁶² Discurso proferido no âmbito do I Congresso Internacional da Lusofonia a 9 de Fevereiro de 2007

cada ano do último triénio, 35 milhões de novos turistas juntaram-se à corrente dos viajores, e dentro de poucos anos, passarão para 45 milhões.

Nascido, como actividade económica estruturada, há apenas duas gerações transformou-se numa necessidade individual e social de cuja satisfação já não se abdica porque, por um lado, responde a anseios profundos do ser humano e, por outro, dá origem à criação de mais riqueza e emprego do que qualquer outra actividade, em particular, nos países menos desenvolvidos. Em consequência, na actualidade, nenhum processo de desenvolvimento económico pode prescindir do concurso do turismo.

Ajustado, em segundo lugar, porque, provavelmente, nenhuma outra actividade oferece tão vastas possibilidades de cooperação e desenvolvimento em áreas tão distintas como a económica, a social, a cultural ou formação de uma consciência colectiva favorável ao despertar e cimentar de vontades comuns lusófona.

O turismo é um importante e insubstituível factor de aproximação entre os povos porque proporciona o conhecimento, favorece a compreensão e o respeito mútuos e estimula a cooperação, sobretudo, em domínios onde conta mais o ser do que o haver: onde a importância dada ao homem ultrapassa a que é concedida aos bens materiais. Como dizia Gandhi, que invoco como exemplo de entre muitos outros, a “viagem é a linguagem da paz”.

Poderá sempre haver cooperação quando há interesses materiais em jogo podendo mesmo ocorrer entre países adversários ou sem outros laços que não sejam os comerciais, mas essa cooperação assentará sempre em bases efémeras, frágeis e volúveis.

Pelo contrário, a cooperação fortalece-se e desenvolve-se quando a sua origem reside em factores identitários ou no conhecimento mútuo que são valorizados e proporcionados pelo turismo. Os factores identitários são a língua, a história e a cultura comuns, mas o

conhecimento e a compreensão mútuas são permanentemente vivificados pelas relações inter-pessoais ou inter-culturais que o turismo proporciona e, nessa medida, transforma-se num meio de aprofundamento das relações.

Um exemplo paradigmático do papel do turismo na formação de uma consciência colectiva favorável à cooperação foi-nos dado na altura da pré - adesão de Portugal à então, CEE, e que vale a pena trazer à colação por evidenciar aquilo que afirmo: um inquérito realizado, na época, pela Comissão, mostrou que as atitudes e as opiniões dos cidadãos dos países membros que já haviam visitado Portugal eram muito mais favoráveis à nossa adesão do que as daqueles que nunca o tinham feito. Ou seja, o conhecimento do país e do seu povo proporcionado pelas viagens favorecia a aceitação de Portugal como membro da CEE o que, aliás, se confirmou no caso da adesão de Espanha como já se havia confirmado em relação à Grécia.

O desenvolvimento do turismo nos países lusófonos e a intensificação das viagens turísticas entre eles são, portanto, um meio de realização da lusofonia muito mais eficaz do que outras formas de cooperação. Não há outra actividade que melhor possa contribuir para cimentar e reforçar os princípios e a filosofia que preside à ideia da construção da lusofonia!

Todos os países lusófonos querem desenvolver o turismo nos seus territórios porque sabem que nele podem encontrar um meio de desenvolvimento e de progresso económico e todos eles o podem ter porque é uma actividade que se adapta com relativa facilidade a todos os pontos do globo: não há país onde não se possa desenvolver alguma forma de turismo. Não serão muitas as actividades que cumprem estes dois requisitos: serem desejadas e ao mesmo tempo acessíveis à maior parte dos territórios. Num passado muito recente não era assim mas hoje as condições e os factores do desenvolvimento turístico permitem que ele possa ocorrer em qualquer parte do mundo.

Cada um, com as suas específicas atracções e condições ou com atracções de idêntica natureza mas cuja exploração não colide com a dos outros, poderá, em conjunto com os restantes, constituir um espaço privilegiado de complementaridade turística em múltiplos aspectos que, em alguns casos, poderão diferir de país para país, mas que a não prejudicam, antes a podem fortalecer.

Portugal está entre os 20 maiores destinos turísticos mundiais, situa-se no espaço onde se geram as maiores correntes turísticas do planeta e tem no turismo um indispensável dimensão estratégica de crescimento. O Brasil é o 2º destino turístico da América Latina e o 1º da América do sul e o número de turistas estrangeiros que o visitam tem revelado um crescimento ímpar no contexto actual: cresceu 5 vezes desde 1990 e perspectiva-se como um dos maiores emissores e receptores mundiais no fim da próxima década. Por sua vez, os países africanos tomaram já, todos eles, iniciativas para o seu desenvolvimento turístico com resultados muito promissores, com destaque para Moçambique com um número de visitantes a caminho do milhão, e localizam-se na zona do mundo que, a seguir à Ásia Oriental, será aquela cuja procura turística mais crescerá até 2020.

Este quadro evidencia que parecem estar reunidas as condições que propiciam e justificam uma cooperação que potencie o aproveitamento das oportunidades que se oferecem, em benefício de todos. Os ventos são favoráveis mas há que ajeitar as velas colocando-as no sentido certo. Nem sempre será fácil e serão necessários estímulos fortes e capacidade de entre-ajuda, mas é para isso que há cooperação.

Estamos perante um espaço dinâmico com extraordinárias potencialidades e para o qual o turismo é um insubstituível factor de desenvolvimento económico e social. Até agora, Portugal tem dado um significativo contributo para que o turismo seja uma realidade em cada país lusófono e não será exagerado afirmar que tem sido um dos seus principais motores de arranque. Com efeito, os portugueses contam-se entre os principais clientes turísticos de todos

eles e destacam-se pelos investimentos realizados, em particular na indústria hoteleira. Julgo que em nenhuma outra actividade é tão visível a presença de Portugal.

Os cidadãos e os empresários constituem a base essencial para o fortalecimento da cooperação lusófona e têm cumprido o seu papel. O mesmo, porém, não se poderá dizer quanto à cooperação institucional.

Na verdade as tentativas de estreitamento de relações de cooperação já vêm de longe mas não se têm traduzido em resultados visíveis. No âmbito da CPLP, que as institucionalizou, os responsáveis políticos do turismo reuniram-se pela 1ª vez em 1998 manifestando a vontade de estabelecer uma política de cooperação nesta área. Seguiram-se outras que deram origem a um Plano de Acção, mas, em 2005, os ministros do turismo reunidos em Luanda (III Conferência) lamentaram o reduzido cumprimento de acções previstas naquele plano, tal como, no ano anterior, se havia reconhecido que o programa de cooperação definido na I Conferência não tinha sido suficientemente desenvolvido. Entrámos na fase em que os ministros se reúnem para manifestarem desilusão e desalento que é a melhor forma de aniquilar qualquer possibilidade de desenvolver trabalho sério que envolve compromisso, rigor e resultados visíveis.

Até agora os avanços na cooperação turística têm sido lentos, hesitantes, distraídos e até contraditórios. A este propósito parece-me elucidativo o que se passa com a promoção turística portuguesa no Brasil. Depois de ter sido encerrado o Centro de Turismo de Portugal o actual governo decidiu passar a fazer a promoção do turismo português em conjunto com a Espanha: promove-se Portugal sob o guarda-chuva ou a reboque da Espanha. Desconheço os fundamentos da decisão, mas uma coisa é certa: o maior beneficiário será a Espanha que disso saberá tirar proveito porque não é por acaso que recebe o dobro dos turistas brasileiros que Portugal recebe. Há porém razões que levam a considerar esta decisão como absurda e prejudicial para o país e para a lusofonia. O turismo é, no essencial, a busca do que é diferente

e, a base geral das motivações turísticas, é a descoberta da diversidade, da diferença. Por isso, na promoção turística evidencia-se a cultura, a história, a arte, o clima, o ambiente, as características sociais e outras que mostrem que um destino é diferente de outro. Os destinos portugueses competem, para usar os conceitos de Porter, com os destinos espanhóis, e para isso, têm que ser diferentes e evidenciá-lo. Ao promover-se Portugal no Brasil, em conjunto com a Espanha, ou a Espanha com um pouco de Portugal, a ideia que ficará é a de que bastará ir a Espanha que Portugal fica visto e perde-se irremediavelmente um dos instrumentos mais eficazes para evidenciar e promover a lusofonia. Quando chegamos ao ponto de precisarmos de nos acobertar sob o manto da Espanha para promover o turismo português nos países lusófonos estamos a demonstrar incapacidade e a dar, aos nossos concorrentes, um trunfo para melhor competir contra nós.

Neste aspecto, o Estado português não acompanha as iniciativas empresariais nem os desejos dos cidadãos e demonstra que a sua estratégia para a promoção da lusofonia é inconsistente, incoerente e de visão estreita. Não é, pois, de estranhar que as conferências dos ministros do turismo no âmbito da CPLP terminem, não a festejar vitórias, mas a lamentar ineficiências.

Do ponto de vista turístico, o espaço da lusofonia é rico e diversificado em recursos que constituem atracções de primeira qualidade, no seu seio existe experiência e saber de alto nível, existe capacidade de iniciativa empresarial e o turismo é reconhecido como factor de desenvolvimento estratégico em todos eles: nenhum o rejeita ou lhe atribui importância secundária. Por outro lado, estamos perante uma actividade em que não se vislumbram conflitos de interesses havendo, pelo contrário, vantagem em que cada país reforce as suas diferenças para ganhar identidade própria no turismo: diferenças culturais, ambientais, gastronómicas ou no aproveitamento dos respectivos recursos.

Tudo isto, constitui um grande potencial para o desenvolvimento das relações lusófonas assente em heranças comuns que, em todo o lado, se têm revelado como fontes de aproveitamento e de valorização turística e, portanto, como fonte de riqueza. Contudo, as potencialidades só se transformarão em realidades quando os poderes políticos e as instituições públicas tiverem mais ambição e derem provas de mais imaginação e da capacidade de realização mais eficaz.

Se o fizerem contribuirão para criar uma comunidade em bases duradouras, mas contribuirão também para o progresso económico e social dos povos que a constituem. Por isso, gostaria que o Primeiro-ministro de Portugal afirmasse, em uníssono com os seus congéneres dos restantes países lusófonos, que a prioridade das relações externas do país são três: 1ª a lusofonia, 2ª a lusofonia e 3ª a lusofonia!!

ANEXO 6
Depoimento de Mendes Bota
Deputado à Assembleia da República Portuguesa. Autor do relatório
"Desenvolvimento Sustentável e Turismo: Por um Crescimento de Qualidade",
aprovado pela Assembleia Parlamentar do Conselho da Europa,
em 17 de Abril de 2008.

Com excepção da Guiné-Bissau, penso que todos os outros países lusófonos contêm enormes potencialidades histórico-paisagísticas por desenvolver, com interesse directo para o mercado português. Existe um largo espaço para os investidores nacionais virem a deter uma percentagem apreciável da oferta turística desses Estados. O combate à pobreza, só se efectivará, se houver uma sensibilidade por parte destes investidores, em integrar na mais-valia que produzem factores locais, a montante e a jusante, que produzam emprego, desenvolvimento tecnológico, criação de PME's para o fornecimento de serviços, equipamentos, consumíveis, etc., ao invés de importarem directamente toda a cadeia de produção.

O Turismo é um dos sectores de ponta, em termos de interesse e repercussão prática imediata na afirmação da língua portuguesa no mundo. Se Portugal não apostar neste aspecto, o português será a muito curto prazo substituído pelo inglês (em Timor, Moçambique), ou até pelo francês (Guiné-Bissau), ou desalojado da posição de língua privilegiada na comunicação das comunidades locais.

Data: 31/Março/2008

ANEXO 7
Depoimento de Pedro de Almeida
Economista. Consultor do Presidente da República para os Assuntos Empresariais.
Secretário de Estado do Turismo no XV Governo Constitucional

O Turismo é hoje uma actividade inserida na dinâmica da economia global, bem alicerçada em avançadas tecnologias de informação, comunicação e gestão e em permanente evolução de conceitos e de práticas, pela assimilação e processamento de inovação, de criatividade e de outros factores geradores de ganhos de competitividade.

Nas sociedades modernas a fruição de turismo e lazer é uma necessidade de consumo essencial com acentuada e crescente procura. Este facto torna o sector incontornável nas opções de política económica de países que apresentem condições endógenas privilegiadas ao seu desenvolvimento e que necessitem de gerar rapidamente mais valor económico agregado.

Mas o turismo é também reconhecido como uma actividade com capacidade para induzir fortes impulsos a processos de desenvolvimento sustentável, estimular o crescimento competitivo de "clusters" produtivos integrados, preservar recursos naturais e ambientais e de criar emprego qualificado e coesão social, contributos imprescindíveis na inadiável luta pela eliminação da pobreza e pela inclusão social.

Proporcionando viagens, o turismo faculta aos viajantes a observação directa e factual do espaço visitado, inserindo-os em contextos reais que lhes permite uma interpretação própria e uma compreensão isenta dos problemas que envolvem cada sociedade, tanto ao nível dos seus enquadramentos sócio-culturais como das suas práticas quotidianas.

Fomentando o relacionamento e o conhecimento directo entre pessoas, povos e nações, o turismo contribui para um imparável intercâmbio de culturas e vivências e estimula a permuta e o mútuo entendimento das realidades do nosso tempo nos seus múltiplos espaços de realização

e entre diferentes comunidades. Este processo cognitivo, que é a essência da actividade turística, permite dar a conhecer, melhor compreender e mais tolerar “o outro”, fazendo justamente do turismo um valioso instrumento informal de entendimento e cooperação internacional.

Como actividade económica, o turismo exige colaboração entre regiões e entre países, implica planeamento estratégico, obriga ao estabelecimento de forte entrosamento institucional, impõe acordos de cooperação e de boas praticas, provoca abordagens sectoriais conjuntas e parcerias entre o sector público e o sector privado nos vários níveis de abordagem ao mercado global. A contínua necessidade de aprofundamento e articulação de diferentes políticas entre vários parceiros, tanto ao nível do desenvolvimento macro regional como dos diversos países, referenciam também o turismo como um sector chave para a estruturação de parcerias e de quadros sólidos de cooperação internacional.

Atentas estas realidades são muitas as instituições internacionais e os países que entendem que os problemas do desenvolvimento económico sustentável passam, incontornavelmente, pelo aproveitamento das potencialidades oferecidas pela rede global da actividade turística. Acreditam que o turismo sendo elemento dinamizador de desenvolvimento económico, funciona também como factor debelador de pobreza e como pilar estrutural na consolidação da segurança e da paz no mundo.

Neste contexto a Comunidade de Países de Língua Portuguesa pode constituir um espaço privilegiado para reunir contributos e estabelecer consensos na construção de um quadro de cooperação internacional alargado para o desenvolvimento, através da actividade turística. Estamos nos cinco continentes, temos relações estreitas, possuímos um idioma comum amplamente falado e preservamos fortes laços históricos, factos que representam um potencial extraordinário para a afirmação internacional dos nossos países. Mas esta voz, se reforçada e em uníssono, permitirá também rentabilizar melhor apostas de cooperação concertadas que

contribuam para desenvolver o sector do turismo e outros por arrastamento, tanto nos próprios países desta Comunidade como no panorama internacional.

Data: 12/Abril/2008

ANEXO 8
Depoimento de Vítor Neto
Empresário e gestor. Presidente da Associação Empresarial da Região do Algarve.
Vice-Presidente da Associação Industrial Portuguesa
Secretário de Estado do Turismo no XIII e XIV Governos Constitucionais

O Turismo pode, sem dúvida, constituir um bom laço para a relação entre povos e países e um importante instrumento da cooperação internacional, nomeadamente na cooperação para o desenvolvimento. Importa porém, realisticamente, ter em conta «a natureza e a essência» do Turismo, para melhor perceber as potencialidades e os limites dessas possibilidades.

Desde logo é preciso ter presente que o «turismo» constitui uma actividade económica, uma das mais importantes do mundo, que, como a indústria e outros sectores, se desenrola no quadro de um «mercado», com tudo o que isso implica: investimento privado, forte concorrência e interesse, legítimo, pelo retorno dos capitais investidos (lucro). Assim sendo nada garante, à partida, que ele contribua necessariamente para o desenvolvimento sustentado das sociedades e seja instrumento de combate à pobreza.

Mas para além dos aspectos estritamente económicos é necessário sublinhar que o «turismo» se distingue dos outros sectores económicos em aspectos relevantes, conhecidos, mas que fazem toda a diferença. Desde logo, ao contrário da «indústria» em que os produtos podem ser produzidos em qualquer lugar e depois ser transportados até aos consumidores finais, no «turismo» são os próprios consumidores que se deslocam ao encontro do produto turístico. É uma diferença importante, que envolve milhões de pessoas que se deslocam em viagem, como turistas, em todo o mundo: 900 milhões de turistas internacionais em 2007.

Este facto diferencia o turismo em relação a outras actividades económicas fazendo com que as «motivações» de quem se desloca em turismo, de quem viaja, não se limitem apenas a ir «consumir» um produto directamente no «local de produção». Para o consumidor/turista existem razões mais profundas, como o interesse em conhecer outros povos, culturas e

experiências, o que cria uma inevitável interacção entre visitantes e autóctones, que acaba por gerar uma relação e uma afectividade recíprocas. Encontra-se aqui a raiz das razões pelas quais o Turismo pode contribuir para aproximar povos e influenciar governos que estão interessados em aumentar as trocas económicas, o intercâmbio turístico e os investimentos.

O Turismo pode assim tornar-se, na prática, um instrumento de intercâmbio cultural e humano e de relação entre os povos, de relação económica mutuamente favorável e de Cooperação entre Estados.

Exemplos concretos dessa dinâmica são os investimentos turísticos de Portugal em Cabo Verde, S.Tomé e Moçambique e, mais recentemente, também em Angola. Outro exemplo é constituído pelos investimentos no Brasil na área do Turismo, na sequência do aumento do interesse dos turistas portugueses por esse país.

Podemos afirmar, sem dúvida, que o turismo pode constituir um importante instrumento de Cooperação institucional e económica no quadro da lusofonia e factor de afirmação da língua portuguesa no mundo. Os limites destas possibilidades reais são sobretudo de ordem política.

Data: 16/Março/2008

ANEXO 9
Pergunta feita às personalidades estrangeiras

Tourism is an economic sector with high influence on society's sustainable development and is recognised by politicians, economists and experts as a powerful tool to poverty alleviation.

Never-the-less, the practice shows that international agreements between States on tourism field are mostly focused on the technical aspects (training, quality service, etc.) and they don't point any global vision on tourism as a sustainable development player, in opposition to its importance and economic dynamics.

1. I would like to have your comments on this situation and references to possible tourism objectives (which and how) as a tool for the cooperation between States?

2. In your opinion, which importance tourism can achieve, as a politic instrument on cooperation between States, on the promotion of people's sustainable development?

ANEXO 10
Depoimento de Akel Biltaji
Presidente do Comité do Turismo e Património da Jordânia
Senador da Câmara Alta do Parlamento da Jordânia

I find the questions raised are of extreme importance.

You are right in raising the question to why agreements tend to focus on technical aspects i.e. training and quality service and not the *Global Vision on Tourism as a Sustainable Development Player* and its importance as an *Engine of Economic Growth*.

If we were to look into these Bilateral or Multilateral Agreements we find that the ones concluded between the Rich and Poor Countries mainly stress on the Technical Aspects as a means of raising the standards and developing sites and building capacities in the poor countries. It is a way of securing the development of the destination and helping create the product. It is the flow of the tourists that would eventually bring the economic dimension in the relationship of these respective countries. In other countries that come out to the help of others are likely to do so for the sake of building a destination and helping put out a product chain that can sustain the demands of the incoming tourists. It is therefore taken for granted that the economic dimension will automatically follow once the destination is ready to receive the visitors.

As to the importance of tourism as a political instrument on cooperation between states, I can't agree more. The flow of people from one country to the other or a region to the other is a great player in bridging the world. Please browse www.americantourismsociety.org and www.IIPT.org and you would see how these two organizations are bringing people together.

The most important thing in nowadays global village is the ease with which economies are interlinked. King Abdullah II of Jordan believes that History today is economies in motion,

transcending all barriers and borders. Direct Foreign Investments are finding their way to all tourism destinations. This is a major player in building economies.

Data: 23/Abril/2008

ANEXO 11
Depoimento de Jafar Jafari
Fundador e Editor da Annals of Tourism Research
Doutor, Professor na Universidade de Wisconsin-Stout (EUA)
Prémio Ulysses da Organização Mundial do Turismo

That is great and I always support this sort of commitments, as this is the way to advance tourism knowledge and its actual application/operation of the industry.

1. I would like to have your comments on this situation and references to possible tourism objectives (which and how) as a tool for the cooperation between States.

The opening statements make a couple of assumptions: that tourism is "a powerful tool to poverty elimination" and that "tourism is sustainable".

A review of the literature would suggest that these are assumptions on the part of some, many of whom are more committed to the "tourism industry" and less concerned with its treatment as a subject of study. Can tourism become sustainable, the literature would say "yes, it can" (note, "can" is the keyword). Can tourism help alleviate (note, not eliminate)⁶³ poverty, the literature would say "yes, it can".

Now, to your question number 1: Yes, tourism can be done cooperatively, within a country and beyond its boarder. If and when this happens, it is often in respect to joining forces in marketing tourism, increasing arrivals, extending high tourism seasons, etc. etc. and rarely on how to use tourism to best respond sociocultural requirements of host destinations. As long as tourism is understood and treated purely as an economic activity/industry only, the fuller dimensions/scope of tourism will not be understood, yet alone applied.

⁶³ NA: Por erro de tradução da versão portuguesa mencionou-se o termo "eliminate" quando na verdade se queria referir "alliviate".

Per your opening statements, "technical aspects (training, quality service, etc.)" can take place between and among countries. But this can also include sociocultural aspects of tourism. Education and training in particular can be contextualized in the fuller scope of tourism. Alas, this is not done, instead tourism operation (or management) becomes the focus of training/education curricula.

2. In your opinion, which importance tourism can achieve, as a politic instrument on cooperation between States, on the promotion of people's sustainable development?

Typically tourism sustainability is not studied/understood in its holistic sense. Governments have their own limited economic sense of sustainability. What they need to do is to understand tourism in its broadest sense, in itself and in the way it can exist and function within the national systems of operation, with cultural, religious, economic, natural, political, as the country/regional contexts.

The governments need to also understand that tourism is not something that they can learn on the job, but something which they can study for, have degrees in. If the national administrative cadre in tourism at national level have formal training and education in tourism (both micro and macro), many of the problems can be addressed, including a better chance for tourism to become sustainable or assist in alleviating poverty.

Data: 9/Março/2008

ANEXO 12
Depoimento de Ludwig Rieder
Sócio fundador da Asia Pacific Projects Inc.
Colaborador regular da Organização Mundial do Turismo
e Pacific Asia Travel Association

In responding to your request, I have labelled the four propositions you set out below as propositions A, B, C and D.

- A. Tourism is an economic sector with high influence on society's sustainable development and is recognised by politicians, economists and experts as a powerful tool to poverty elimination.
- B. Never-the-less, the practice shows that international agreements between States on tourism field are mostly focused on the technical aspects (training, quality service, etc.) and they don't point any global vision on tourism as a sustainable development player, in opposition to its importance and economic dynamics.
- C. I would like to have your comments on this situation and references to possible tourism objectives (which and how) as a tool for the cooperation between States.
- D. In your opinion, which importance tourism can achieve, as a politic instrument on cooperation between States, on the promotion of people's sustainable development?

In regard to conjecture A, I agree with the idea that the economic outcomes of tourism can have big impact on sustainable development outcomes especially in less developed or developing countries that are seeking sectors that can induce rapid development. However, it cannot be assumed that the impacts are positive only. In fact, if not correctly managed,

tourism can lead to decidedly unsustainable environmental, social and economic outcomes. Like any tool, unless used correctly, it can be destructive as well.

My little empirical experience in the Asia Pacific Region suggests that we are far from understanding how to use tourism as a tool for sustainable development. For example, although the UNWTO and other multi-lateral and bi-lateral organizations such as ADB, WB, GTZ, NZAid, etc. have been promoting models for tourism development as a tool for poverty reduction, the reality is that (i) many of the models are equivocal (contradictory) in their outcomes and often lack the empirical evidence required to convince countries and development partners that they are worth using; (ii) poverty reduction through tourism is about developing many small-scale community-based projects that are simply not attractive to politicians and private sector investors looking for big-ticket tourism investment items such as airports, hotels, resorts, etc.; and (iii) even when good models exist (see the NZAid/UNESCO Luang Nam Tha Project in Lao PDR or the CBT projects under the Pro-Poor component of the ADB Mekong Tourism Development Project or those in Central America and also Africa), the diffusion of these models has generally been poorly communicated due to lack of leadership and coordination or because provision for this has not been built into the projects from the beginning.

Even in organizations such as ADB, which has as its prime directive poverty reduction in Asia (the primary impact), we find that we have to defend tourism's ability to contribute to this impact. Many Bank senior managers argue that much more can be gained from improving access to infrastructure in rural and urban areas and that tourism will occur naturally and trickle down along with everything else to reduce poverty. Needless to say, this approach does nothing to encourage the developing countries to take tourism more seriously.

The above of course takes us to a consideration of your second conjecture B and leads to ideas about your questions C and D.

Clearly leadership is critical to getting good models up, diffusing them, and getting the development partners to encourage the developing countries to take them up. This raises all sorts of questions about the role of the UN through UNWTO, the role of global and regional multi-lateral and bilateral organizations, as well as global private sector organizations such as WTTC and regional industry organizations such as PATA. Yes, UNWTO is concerned with the issue and has moved to establish the STEP program with funding from South Korea. However, it is clearly not enough and much more needs to be done to get the development partners moving and most especially to restructure agreements with developing countries that reflect the priority focus for tourism development in them. The developing countries must face and answer the following set of questions:

- (i) Do we adopt a pattern of tourism development based on large-scale developments concentrated in a handful of locations in which the rich will get richer and the poor the trickle down effect and little if any protection from the adverse environmental, social and economic impacts of this development?

OR

- (ii) Do we adopt a pattern of tourism development based on small-scale CBT developments that are spread widely and provide a fairer distribution of the benefits of tourism while protecting local communities and vulnerable groups such as women, children and ethnic minorities from potential adverse environmental, social and economic impacts?

My conjecture (based on the number of equity-based social turbulent events mostly in the fringe provinces and regions of China (about 80,000 riots In 2007) and India (probably as many) that unless these countries and other countries like them address poverty reduction with development instruments that help to increase income and access to social infrastructure where

the poor live, and tourism could be such a tool, then the number of poor is likely to increase, the environment further seriously depleted, and the number of social turbulent events go on rising. I am sure you see the connection between instruments for development such as tourism and peace. There is a whole body of literature on this to be found on the web if you are interested.

Governance is a major issue in relation to adopting particular strategies for poverty reduction. Countries with poor governance track records where politicians, bureaucrats and private sector interests are basically 'rent seekers; simply will not adopt what they would regard as an inefficient approach to extracting rent from ODA projects compared to the ease of doing this with a handful of very large projects.

Your observation about the failure to link intent with action in international agreements is also reflected in the tourism strategies and plans of the national tourism ministries and organizations and their development partners that ought to be thinking seriously about the approach they are taking. As you look at their long term strategies and plans of the ASEAN countries, China and South Asia China, you will be struck by the lack of focus that is given to the phrase "socio economic development through tourism".

In general, it boils down to large scale developments that are supposed to provide a quick fix. Well they certainly do provide a quick fix for the powerful fixers in government and the already rich investors, but add little towards poverty reduction. There is one school of thought that argues that this type of tourism development while it may pull some people out of poverty for a short time, in the longer term probably exacerbates poverty through its negative impacts on vulnerable groups (loss of social cohesion and ethnic minority cultural traditions and customs resulting from the migration out of ethnic minority villages of young women and men to already crowded urban areas, trafficking of women and children, drugs, sexual exploitation and transmission of diseases such as HIV-AIDS).

In wrapping up what I have to say: (i) tourism could be a tool for sustainable development, and (ii) it can be seen and applied as an instrument for cooperation between states for the sustainable development of society.

Some examples of this type of cooperation may be found in the Greater Mekong Subregion which has an economic development framework that includes tourism as one of the key tools for development in the Subregion involving cooperation between Cambodia, Lao PDR, Myanmar to a very limited extent, Yunnan and Guangxi Provinces in Southern China, Thailand and Viet Nam. These states have developed a subregional strategy for tourism development that is pro-poor focused, and are already implementing projects to further these. I must say however, that not much of the subregional cooperation objectives have seeped into their national strategies and programs that remain very nationalistic and country centered. Other states cooperating with each other on tourism as a poverty reduction tool are India, Sri Lanka, Bangladesh, Bhutan and Nepal within the South Asia Economic Cooperation framework (SASEC) that has a strategy and is in the process of designing a project to invest in the implementation of the strategy.

However, much more needs to be done to come up with models for sustainable tourism that the countries can incorporate into international agreements. In this context, there is much that already developed countries with tourism experience such as Portugal can do to provide a lead in promoting cooperation agreements with developing countries that target poverty reduction and sustainable development through tourism.

Data: 22/Março/2008

ANEXO 13
Depoimento de Martin Brackenbury
Presidente da International Federation of Tour Operators

The questions you ask are good but difficult to answer with concrete examples of best practice.

I think that governments responsible for countries with substantial outbound tourism tend to look on tourism as a drain on foreign exchange and a loss of economic receipts and not as a vehicle for international development. As a result they tend not to have any positive policies relating to outbound tourism.

Recently this has been most graphically revealed by proposals to tax people to reduce their propensity to travel, thus inflicting potentially enormous damage on receiving countries in terms of employment, investment and foreign exchange.

Tourism remains a very useful tool for creating jobs, income and foreign exchange with low risks of failure for the investors. So as a motor for economic development, prior to diversification of an economy, tourism can be a useful strategic 'sector'.

Tourism is seen by the developed countries as a low paid *cinderella* sector, employing many immigrants that is marginal and discretionary (you don't have to be a tourist). People (Journalists and in Government) don't seem to realise that tourism is discretionary for the tourist but means permanent livelihoods for those in the receiving countries. For them it is not discretionary at all.

Of course, economists understand that by creating greater riches in one sector leads to demand in other sectors, so that overall, economic exchange is going to be valuable, even for the countries exporting tourists, which, in the short run, may lose out.

Poorer countries receive benefits from richer countries through different means: Exports of manufactures or primary produce. Aid, which is rarely well spent; Foreign Direct Investment, which is often spent on property or buying existing companies and rarely involves the direct creation of jobs; remittances from workers from other countries, which is helpful in feeding and clothing local residents but does nothing to create jobs; and tourism, which provides investment, jobs, income and foreign exchange.

It is clear to me that tourism, along with other exports, is much the most socio-economically attractive.

There is also a peace dividend. Europe has had an awful recent history of conflict, but since the extra-ordinary movement of citizens from different countries from around Europe it now seems almost inconceivable that there will be equivalent conflicts in the future, even though countries and character remain distinct.

If you could find a way to convince the narrow minded finance ministers and prime ministers who have a precarious hold on power in developed countries to change their views you will have done much to improve matters. What is encouraging is that tourism growth to the poorest countries (with tourism resources) has been growing faster than emerging countries and much faster than developed countries (see latest UNWTO press releases).

Data: 10/Março/2008

ANEXO 14
Depoimento de Nancy Cockerel
Investigadora de mercados turísticos e jornalista
Sócia do "The Travel Business Partnership"

I find this a very difficult subject on which to comment for the following reasons:

- I do not think that tourism is widely recognised by governments as a tool for poverty alleviation. Most governments, I suspect, simply pay lip service but do nothing to try to test the theory by their actions. I certainly cannot think of any concrete actions that have succeeded, although this is not really my area of specialisation.
- I do not believe that it is sufficient for governments/states to co-operate in terms of addressing the issue. It is essential for the private sector to be involved – i.e. for states to partner with the private sector to address the problems.

Data: 8/Abril/2008

ANEXO 15
Depoimento de Thomas G. Bauer
Doutor, Professor Assistente. Escola de Gestão em Hotelaria e Turismo.
Universidade Politécnica de Hong Kong

Just one observation - states only cooperate if there is something in it for them and not for the intrinsic value of cooperation. Like individuals, states and their leaders are greedy and will only want to give something to their neighbour if they get more in return (see Hong Kong- Macau and I am sure also Spain and Portugal).

I am not quite sure what it is that you are trying to do but as far as state-to-state relations are concerned, tourism is often only a minor issue compared to defence (NATO) or general economic development.

Countries like Japan and I suspect also China now use tourism as a vehicle to balance their current account surpluses by "sending" their citizens abroad. By spending money abroad they reduce the trade surplus China has achieved. China achieves this objective by awarding ADS to countries it trades with (Australia was the first "western" country to get ADS and my guess is that this was done because we have the mineral resources that China needs.

As for the link between state-to-state cooperation and sustainable development I have my doubts that it really exists unless you are talking about cross-border national parks for example. In the context of poverty alleviation I see no link at all across borders.

As I said before, states do what is best for states and particularly for those in power so they are basically selfish. If there is a chance to be better off by co-operating with another country (or countries) such as in ASEAN than they will do so.

Data: 17 e 27/Março/2008

ANEXO 16
Depoimento de Tony Wheeler
Co-fundador dos guias turísticos Lonely Planet

Tourism obviously plays a very important part in the world economy and for some developing nations it's of not just importance but overwhelming importance.

In some situations tourism may be the only alternative to subsistence employment or going overseas to work in another country. In some situations tourism can offer environmental and sustainable alternatives to other forms of economic activity. For example in some African nations tourism offers an alternative to clearing land for agricultural use with consequent loss of wildlife habitat. Or in the hill country of the Himalaya trekking tourism is one of the few alternatives to subsistence farming with its increasingly severe effects on a fragile environment.

Quite apart from its economic importance tourism is one of the best ways for making contact and increasing understanding between different peoples and this is a two way process – the contact is made both by the visitors and the visited. Almost anywhere impressions of a country and a people are improved by visiting the country in question. This has been particularly commented on in relation to the international reluctance to visit the USA at present, observers have suggested that increasing the flow of visitors to the USA would have a positive effect on the country's international image.

Data: 31/Março/2008

ANEXO 17
Depoimento de Xavier Font
Leitor, Director do Centro Internacional para o Turismo Responsável
Universidade Metropolitana de Leeds, Reino Unido

I don't know which international agreements you might refer to, but my guess is that most agreements relate to methods of liberalising and also protecting economic markets, while the training, quality and so on agreements aren't really between countries but national legislations to regulate services.

My opinion is that there is a trend to deregulate and allow free market to run its course. There are few agreements that genuinely promote sustainable development, as quite often the concept of sustainable development is perceived as protectionism and anti competitive practices, particularly when it comes to the creation of local jobs and the preference for local supply chains. International legislation might well accept international environmental standards as long as these are not perceived as technical barriers to trade, and increasingly there are fewer international barriers to labour movements (particularly for skilled labour, while developed countries still want barriers for non skilled labour to avoid mass immigration).

As such while tourism can well be a tool for poverty alleviation, I don't think that most developing countries are in a position yet to develop meaningful tourism policies that focus on poverty alleviation and too often it is assumed that economic turnover equals growth (not understanding leakages), and that growth in itself is important without considering the distribution of the revenue (where a pro-poor policy would encourage that a disproportionate share of the jobs and income is benefiting the poor).

Data: 14/Abril/2008

ANEXO 18
Depoimento de Dawid de Villiers
Presidente do Conselho Mundial de Ética do Turismo da
Organização Mundial do Turismo
Secretário-geral Adjunto da Organização Mundial de Turismo de 1998 a 2005.

Tourism and the challenges of the world⁶⁴

The world community is going through a period of rapid and widespread change and, at the same time, is facing enormous challenges. The present is characterized by political instability in many countries as well as challenges to safety and security. This situation has fuelled a sense of uncertainty. There are clear signals that our present lifestyles and consumption patterns are causing harm to the fragile ecosystems that support life on Earth. The consequences are evident in global warming, loss of biodiversity, desertification and the increasingly difficult struggle for sustainability. And, overriding it all, the vast and worsening divide between haves and have-nots, with all its problems of disease, crime and social collapse, constitutes a real threat to long term peace, stability and freedom.

It was against this background that the heads of State and Government of the United Nations unanimously agreed to the Millennium Declaration in 2000. In the Declaration they accepted collective responsibility to uphold the principles of human dignity, equality and equity. They confirmed that certain fundamental values are essential to a more peaceful, prosperous and just world. These include: freedom, equality, solidarity, tolerance, respect for nature and shared responsibility. The Millennium Declaration represented the international community's response to the development and security challenges of a rapidly changing global environment. They recognised that, even as the World has accumulated great wealth, many people still suffer in poverty and deprivation.

⁶⁴ Este depoimento é um documento que está para apreciação no Conselho Mundial de Ética do Turismo, por proposta do autor.

The Global Code of Ethics for Tourism provides a framework for international cooperation to use the strength of tourism more effectively in dealing with these issues. The values to which the Global Code of Ethics for Tourism is anchored are in essence the same values on which the Millennium Declaration is based. It is, thus, the conviction of the World Committee that the Global Code of Ethics for Tourism is the corner stone of sustainable tourism development and the guiding principle to safeguard its future.

The Global Code of Ethics for Tourism links up with the Millennium Declaration and Goals. Tourism has grown into a major global business and a core sector of the world economy. The wide ranging impact of tourism on society has turned it into a significant international player. A few points illustrate the magnitude and power of the industry:

- Tourism has been the fastest growing economic activity over a period of more than half a century;
- It is expected to double in size over the next 12 to 14 years;
- It has become the biggest export industry;
- It is highly labour intensive and one of the biggest employers – especially for women and young people;
- It consists of more small-, micro- and medium-sized businesses than any other economic sector;
- It impacts strongly on local farming, fishing, trading (to include handicrafts), and services and the construction industry;
- It is a key strategy towards poverty-reduction;
- It plays a critical role in conservation and sustainable development; and
- It builds bridges of mutual understanding and tolerance between peoples and nations and promotes world peace.

The impact of tourism goes well beyond its economic value. It is therefore critical that we vigorously promote those values that form the foundation of sound, responsible and sustainable tourism and that we avoid the damage that opportunistic and unguided forms of tourism could inflict on the environment, society and the economy.

Data: 13/Maio/2008



ANEXO 19
Depoimento de Peter de Jong,
Presidente e CEO da
Pacific Asia Travel Association (PATA)

1. The sustainable development of tourism cannot be divorced from the global issues of population, climate change and poverty alleviation. Only in concert, and in harmony, between these forces can we hope to achieve a viable balance for our planet to survive, and our industry to flourish.

The epicentre of these — either conflicting or harmonised — forces lies in Asia: this is where the growth of population (demographics) and of wealth (economics) converges in this century.

Both of these forces will lay claim to the finite resources of our planet (energy, water, flora, fauna) in ways unimaginable today, and in ways that will either produce major global conflict between east/west (north/south) about these resources, or achieve a consensus about a) severely reduced energy use and carbon emission, and b) responsible economic and demographic growth/development.

2. In the process described above, too little importance is being given today to the critically important role that “tourism” — and indeed individual tourists! — can and must play in this planetary “end game”.

Tourism is a generator of employment and self-empowerment as a “low threshold” industry, largely composed of small and medium-sized enterprises. No industry brings and empowers more women in the workplace than tourism. This economic development function of our industry should be encouraged at all levels and on all continents.

Tourism can and must become a “technology transfer” and awareness creator, whereby both consumers and enterprises (mostly in the industrialised world) assist the developing world towards achieving sustainable development. This is not charity, but self-preservation.

It should be so orchestrated that the developing world is not deprived of its essential economic needs and modernisation and care-giving to its growing populations, yet the development should not severely aggravate the already stressed global resources either. This is a major political and social challenge.

Tourism must learn, and then lead the way, in low energy and low carbon emission practices, ranging from — for example — aviation fuel efficiency to hotel waste management and water use, and from solar panelling of airports to retro-fitting infra-structures, from promotion of public transport to preference for locally produced goods and services.

To achieve all this, greater political awareness and support must be given by governments to the tourism industry: tourism is not just about visitation to historical sites or contributions to a nation’s GDP.

Tourism needs ministerial clout and leadership, a sizable budget (commensurate to its earnings for the nation!) and a long-term vision: Lamentably, it lacks these three elements in most nations.

Travel and Tourism is equally about a constant global movement of millions of individual citizens who, each of them, should be capacitated to become advocates of sustainable growth and environmental protection. As these millions of travelling “goodwill ambassadors” traverse the globe, they will make a decisive contribution to the welfare — or destruction — of our planet.

Data: 13/Maio/2008